点亮关键词汇，解析经济热点

经济知识全知道

一部贴近百姓生活的经济知识大百科

静涛◎编著



经济入门　经济前沿　金融投资　宏观调控　国计民生
生产消费　国际贸易　博弈经济　营销管理　经济危机

华中科技大学出版社
http://www.hustp.com

经济知识全知道



许多事情你是熟悉的，但不知道为什么，经济学可以告诉你，给你一种升华的感觉。

——著名经济学家梁小民

在当今社会，谁不学习经济学，谁就不懂得怎样生活。

——美国诺贝尔经济学奖第一人保罗·萨缪尔森

在合适的人手中，强有力的经济学原理能揭示我们所在世界的每个方面。

——《金融时报》副总编马丁·沃尔夫

经济学几乎可以用来分析人类社会90%的行为。

——1992年诺贝尔经济学奖得主加里·贝克尔

懂点经济学，生活更精彩！



上架建议：经济知识

ISBN 978-7-5609-5874-3

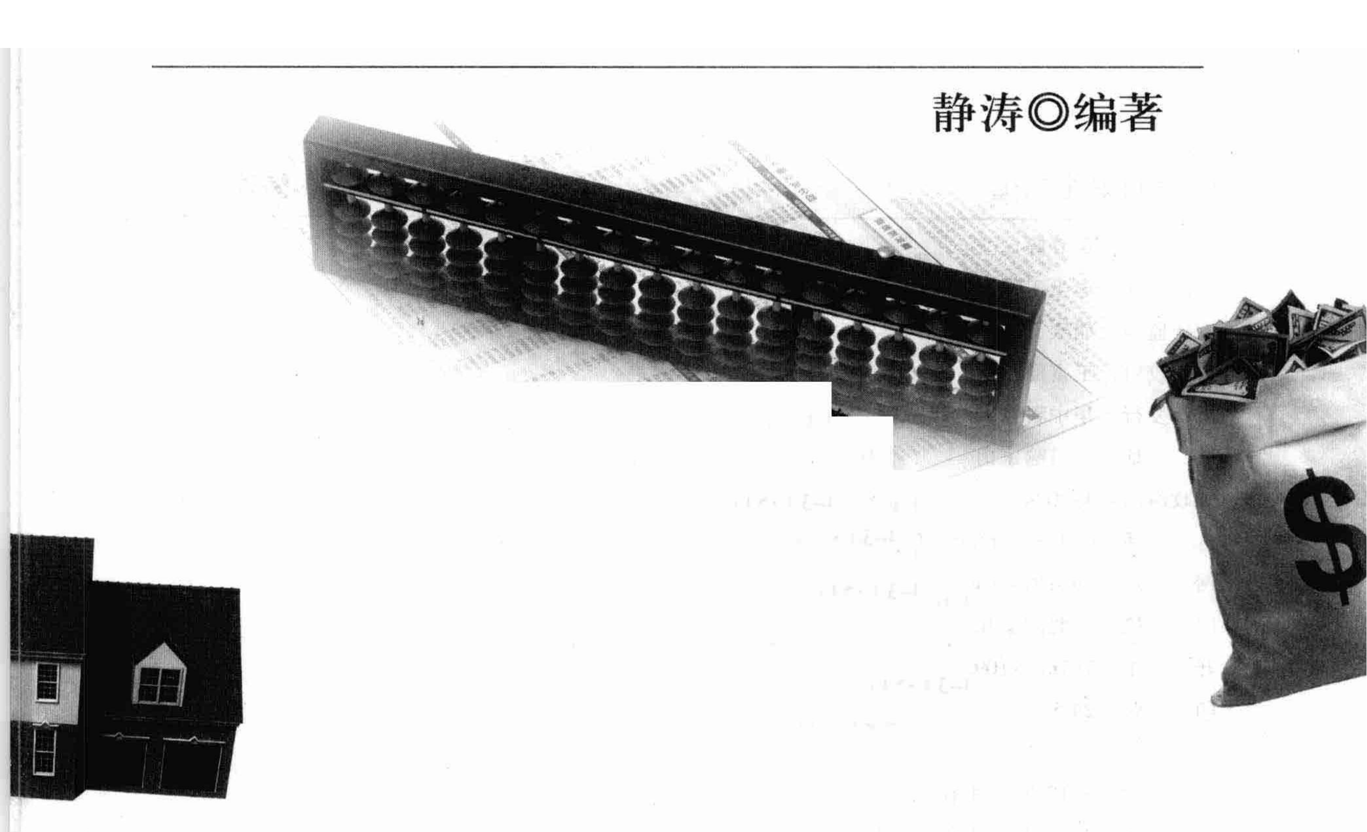
9 787560 958743 >

定价：39.80元

经济知识全知道

一部贴近百姓生活的经济知识大百科

静涛◎编著



華中科技大學出版社
http://www.hustp.com
中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

经济知识全知道 / 静涛　编著. —武汉:华中科技大学出版社，2010 年 8 月

ISBN 978-7-5609-5874-3

Ⅰ. 经…　Ⅱ. 静…　Ⅲ. 经济学—通俗读物　Ⅳ.F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 227224 号

经济知识全知道　　　**静涛　编著**

责任编辑：郝婷婷

封面设计：李尘工作室

责任监印：熊庆玉

责任校对：王富丽

出版发行：华中科技大学出版社(中国·武汉)

地　　址：武昌喻家山

邮政编码：430074

电　　话：027-87556096　010-84533147-8005,8006

网　　址：http://www.hustp.com

印　　刷：河北固安保利达印务有限公司

开　　本：787mm×1092mm　1/16

印　　张：24.5

字　　数：380千字

版　　次：2010 年 8 月第 1 版

印　　次：2010 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5609-5874-3/F·549

定　　价：39.80 元

(本书若有印装质量问题，请向出版社发行部调换)

前 言

在快节奏的生活下，人们追求快、新、奇的生活方式。多数人都不愿意花费大量的时间去学习一些晦涩的经济理论、经济术语，但是经济学的基本概念早已渗透到工作和生活的方方面面，经济现象也随处可见，经济学的力量对我们的日常生活产生了无法想象的影响力。

2008年美国次贷危机引发我国珠三角无数的中小企业破产，失业率持续攀升；人民币升值了，虽然普通人都认为钱值钱了，出国旅游更实惠了，但是却对中国的出口企业产生了重大影响；物价上涨特别是房价的飞涨使我们的生活成本大大提高了……这些都是经济学的问题。

经济学虽然高深莫测，但是也通俗易懂。

经济学无处不在，基本上所有的活动都可以从经济学的角度加以剖析：

理性经济人告诉你为什么1美元就可以买一辆宝马车；

机会成本告诉你那些被舍弃的潜在机会；

沉没成本告诉你为什么已经付出的就不必收回；

边际收益递减规律告诉你为什么“三个和尚没水吃”；

消费者偏好告诉你为什么不同的人会有不同的选择；

消费者剩余告诉你为什么大家对打折如此热衷；

替代效应告诉你为什么牛羊肉涨价了就多吃猪肉；

凡勃伦效应告诉你为什么“天价”大米依然畅销；

庇古效应告诉你为什么物价下跌会刺激消费的增加；

“劣币驱逐良币”告诉你为什么市场上的二手车越来越少；

路径依赖告诉你如何才能选对池塘钓大鱼；

首因效应告诉你为什么会根据形象来选人；

色彩营销告诉你为什么“蓝瓶的钙”可以大获成功；

名人效应告诉你为什么“背靠大树好乘凉”；

酒与污水定律告诉你为什么辞退不合格的员工要快；

破窗效应告诉你为什么要及时教导第一个犯错误的人；

蜥蜴哲学告诉你什么才是小企业的生存之道；

……

本书把那些实用的经济学常识用一种简洁、有趣的方式表达出来，让你在娱乐中尽情领略经济学的魅力。全书共分成“入门篇”、“前沿篇”、“消费篇”、“市场篇”、“就业篇”、“金融篇”、“投资篇”、“国际贸易篇”、“宏观调控篇”、“国计民生篇”、“经济危机篇”、“博弈论篇”、“新经济篇”、“生产篇”、“管理篇”、“营销篇”十六大篇目，囊括了国内最新、最经典、最热门的经济学概念。

通过本书的阅读，你可以寓教于乐，轻松地达到学习的目的，这也是本书编写的目的。



入门篇　像理性人一样思考

前沿篇　经世济民，是为经济

消费篇　天下没有免费的午餐

市场篇　看不见的手

就业篇 职场中的经济学解释

金融篇 理清经济的迷局

投资篇 让你的财富“滚雪球”

国际贸易篇 连通世界的桥梁

宏观调控篇 看得懂的中国经济

国计民生篇 明天谁为你养老

经济危机篇 萧条的回归与繁荣的道路

博弈论篇 假如人生是一场游戏

新经济篇 大趋势中的淘金客

生产篇 揭开生产者的神秘面纱

管理篇 是科学，更是艺术

营销篇 窥探商家的“鬼把戏”

像理性人一样思考

——入门篇



一美元可以买一辆宝马车——理性经济人

有一位妇人在纽约市的多家报纸上刊登了一美元卖宝马车的广告，大多数的人都以为是开玩笑，因为一美元是不可能买到宝马车的。一周过去了，没有人去买这辆廉价的宝马车。刚毕业的小伙子约翰无意中看到了这则广告，半信半疑地拿着一美元按报纸上的地址去买这辆宝马车。很快，约翰就和卖车的妇人办好了手续。约翰很是奇怪，于是就问这位妇人："为什么这辆宝马车只卖一美元呢？"妇人说："因为我的丈夫去世了，他的遗产全都是我的，只有这一辆宝马车属于他的情妇。根据他的遗嘱，要把这辆车拍卖，拍卖所得的款项全部归他的情妇，所以，一美元即可。"于是约翰欢天喜地地开着宝马车回家了。

经济人假设，也叫"理性经济人"，是经济学中最根本的一个假设，整个经济学大厦就是建立在这个假设的基础上的。

经济人假设认为，因为资源的稀缺性，每个人都受到资源稀缺的约束（如收入的限制、时间的限制、价格的限制等），人的思考和行为都是在既定的约束下追求自己利益的极大化。如同上文中的约翰，他很乐意用一元钱就能购买一辆宝马车。所谓经济人假设是指作为个体，无论处于什么地位，其人的本质都是一致的，即以追求个人利益，满足个人利益最大化为基本动机，都希望以尽可能少的付出，获得最大限度的收获，并为此可以不择手段。

亚当•斯密在《国富论》中的对理性经济人有比较清晰的阐述："我们每天所需要的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒家和面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。我们不说唤起他们利他心的话，而说唤起他们利己心的话；我们不说我们自己的需要，而说对他们有好处。"这段论述向我们表明：人和人之间是一种交换的关系，消费者能获得食物和饮料，是因为商家们要获得自己最大的利益。

大卫•李嘉图提出了经济人的"流氓假设"：社会是由一群群无组织的个人组成的，每个人以一种计算利弊的方式为个人的利益行动；每个人为达到这个目的，都尽可能地合乎逻辑地思考和行动。

在经济学家的眼里，虽然人与人之间有很大的差异，但是所有的人都是不断地追求自身利益最大化的理性经济人。显然，经济人都是自利的，以自身利益的最大化作为自己的追求。当一个人在经济活动中面临着若干不同的选择机会时，他总是

倾向于选择能给自己带来更大利益的那种机会，即总是追求最大的利益。

无论个体的行为是为个体带来经济利益的流入，还是带来经济利益的流出，在做出决策的时候，个体都是理性的经济人。在社会以及经济活动中，人人都是理性经济人。比如说买一件商品，谁都希望买到的是既便宜又实惠的商品，绝不会希望买到价钱又高、质量又差的商品，虽然有时候可能事与愿违，但这也不会改变个体是理性经济人这一事实。

理性经济人是经济学最基本的概念之一。



两个桃子也能杀人——稀缺性

春秋时期，齐景公手下有三员猛将，公孙接、田开疆与古冶子，他们都为齐景公立下过赫赫战功。这三个人自恃勇猛，连齐景公也不放在眼里。晏子建议齐景公把这三个人铲除掉，以免留下祸患。景公也觉得应及早除掉这三个人，但是三人都立下过汗马功劳，又勇猛无比，齐景公又觉得很无奈。晏子说，应当巧斗。他向景公建议，赐给他们三人两只桃子，让他们分吃，只赏赐给最有功劳的人。拿到桃子后，三位大臣开始争夺，竞相陈述自己对国家的功劳。最后三人中只有两个人得到桃子，另外一个羞愧自杀。得到桃子的两个人见同伴因自己而死，便也羞愧自杀。

这是《晏子春秋》里的记载，三员大将因为两个桃子被杀死——历史上有名的二桃杀三士的故事。可能有人觉得，同伴自杀，自己就也自杀吗？太不划算了吧。别忘了春秋时代的人都是很讲义气的，见到同伴因自己而自杀，自己羞愧自杀就没什么可奇怪的了。晏子利用的就是经济学上的稀缺性。可以说杀死三个勇士的不是两个桃子，而是稀缺性，因为稀缺才产生互相之间的竞争和争夺，最后在争夺中死亡。

法国国王路易十四是个很奢侈的人，经常邀请大臣们跟他一起用膳。他在宴会上吃饭用的是一个铝碗，而他的大臣们用的都是金碗。因为当时没有电解铝技术，所以铝比黄金要稀有，那时候的铝和黄金的比例是1:126。由此可见，如果世界上遍地都是黄金，那么黄金肯定一文不值。

有一个人家里很穷，木碗是他唯一的财富，他每天拿着木碗到处流浪。有一天，他出海遇到了大风暴，被海水冲到一个小岛上。岛上的人们非常富有，没有人用木碗吃饭，他们看见这个穷人拿的木碗很新奇，于是就用一大口袋最好的钻石换走了木碗。

一个富翁知道了穷人的奇遇后，非常羡慕。于是他装了一船的山珍海味来到了穷人去过的小岛上。岛上的人接受了富翁送来的礼物后非常高

兴，声称要把他最珍贵的东西送给他。结果富人拿到手里的居然是穷人的那个木碗。

钻石和木碗的故事表明，在钻石很少，而木碗却到处都是的情况下，钻石的价格远远高于木碗，然而这个海岛却很特殊，钻石很多，却从没有见过木碗。因此，在这个岛上，木碗的价值远远高于钻石。

我们常常会听说某个手机号或汽车牌照卖出了天价，这正是资源稀缺性的体现。因为这种手机号或汽车牌照的数字非常独特，而且是唯一的，不会再有第二个，所以物以稀为贵，这样的商品人人都想购买，自然也就会卖出很高的价格。鲁迅说过，北京的白菜太不值钱了，但南方的白菜拉到北京，就不叫白菜了，叫胶菜，而且价格要高很多，由此他创造了一个俗语：物以稀为贵。

“稀缺”二字，代表着两种不同的含义：一个是稀有的，另一个是紧缺的。在经济学里，稀缺被用来描述相对于人们无穷的欲望而言资源总是有限的。人的欲望是无限的，但资源是有限的，相对于欲望的无限性，资源的有限性引起了竞争与合作。竞争就是争夺对稀缺资源的控制，合作就是与其他人共同利用稀缺资源、共同工作，以达到一个共同的目的。合作是为了以有限的资源生产出更多的产品，合作是解决资源稀缺性的一种途径。

资源的稀缺性是人类社会永恒的话题，经济学产生于稀缺性的存在，正因为资源稀缺，才需要经济学研究如何最有效最合理地配置资源，使人类的福利达到最大化。一个物品可以成为商品出售，首先是因为它是稀缺的，并不是因为人们的需求，例如阳光和空气，人人都需要，但因为太多了，所以不会成为商品。而淡水资源却越来越少，所以淡水从原来的免费供应，变成现在的有偿使用，且价格一再上涨。当一个商品变得稀缺的时候，它就开始变贵了。黄金因为属于稀有金属，所以价格才高。权力之所以人人追捧，也是因为权力是稀缺的。

资源的稀缺性是经济学的前提之一。稀缺性对社会、对人们的生活产生巨大的影响，正是稀缺性导致了竞争和选择，促进了社会的发展。想象一下，如果资源不是稀缺的，而是极其富足的，那么世界会完全变样。自然界中不会有优胜劣汰，不会有厮杀，每个生物都可以得到满足。人们不用工作，不用考虑买房子了，因为土地是富足的，也不用考虑衣食住行了，因为一切资源都是富足的。那么这样的世界就没有任何活力，就会变成死水一潭，最终毁灭。

就像我们的住房紧缺问题，随着人们物质生活水平的提高，我们对住房质量的要求也越来越高，很多人不再满足于只能遮风挡雨的小门小户，更多的是期望房屋兼具实用性和美观性。而这种实用性则包括住房面积的大小、房屋的舒适性和房屋所处地理位置的便利性等要求，这样一来，即使人口不增长也会产生住房压力，所以在有限的土地上满足如此庞大的人群的需求，住房紧缺就是显而易见的事情了。这也就能很好地解释为何在物质文明高度发达的今天我们还是会感到资源的稀缺。

可见，用经济学中的稀缺性可以解释我们生活中的许多现象。火车票在春运的时候可以卖高价，一张奥运会开幕式的门票在奥运会开始前，居然都卖出了20万元的天价，这些都是因为稀缺。因为稀缺，所以才产生需求，因为需求才拉动经济增长，因为稀缺我们才去竞争，才会积极创造未来，推动社会进步。因为稀缺，所以我们必须要每天学习，进步，以适应这个适者生存的社会，因为资源总是有限的，所以你想得到更多，就必须得努力！



被舍弃的潜在机会——机会成本

可能连不喜欢台球的人都知道，中国出了个台球小子，叫做丁俊晖。2002年5月，年仅15岁的丁俊晖为中国夺取了首个亚洲锦标赛冠军，并成为最年轻的亚洲冠军。同年8月31日，他又获得世界青年台球锦标赛冠军，成为中国第一个台球世界冠军。2003年9月，丁俊晖正式转为职业选手。2004年2月，丁俊晖以6：3击败世界排名第16位的乔·派瑞，闯入温布利大师赛十六强的精彩瞬间，让英国的老百姓一夜之间认识并喜欢上了这个来自东方的台球少年。

2005年4月初，他夺得中国公开赛冠军，一举成为中国乃至世界台球界耀眼的明星。2005年12月，他又夺得全英公开赛冠军，成为一经典赛事的第一个非本土冠军。于是，丁俊晖顺理成章成为中国台球在世界上最有魅力的代言人。

刚开始接触台球的那年，丁俊晖只有8岁。他的父亲曾经说过：“那时候，我家附近有一家台球室，小晖每天放学回来扔下书包就往那里跑，渐渐地，我发现这个孩子越打越好，也就渐渐萌生了让他走上专业道路的想法。小晖以前念书成绩很好，但最后，我们还是决定让他放弃学业，我一直认为，无论是上学还是打球，都是靠天赋，一通百通，事实也证明了我当初的选择是正确的。”

从小学四年级起，丁俊晖就开始了上半天学练半天球的“半专业”生活，初中一年级的时候，丁俊晖果断地选择了退学。他每天的训练时间都在10个小时左右。在日复一日的重复训练中，他也开始觉得有些“闷”了，“当时，好多同学都很羡慕我每天可以有很多时间来打球，可是他们哪里知道，当打球不再是娱乐的时候，它就会变成一种痛苦，那个时候我常常很烦躁。”提起当年的生活，丁俊晖微微一笑，“后来有了一点成绩，年纪也慢慢大了，就能学着控制自己的情绪了。”

从1997年起，小有名气的丁俊晖在父亲的陪同下开始参加国内的一些

赛事。从江苏宜兴到上海再到广东东莞，频繁的奔波使得这个经济本就不太富裕的家庭更加拮据。初到东莞，一家三口就挤住在员工宿舍里，居无定所的漂泊生活使得母亲常常独自哭泣。

后来，由于丁俊晖多次在国内和国际大赛中获奖，东莞一家化妆品公司每月付给他3000元的赞助，而且作为东英台球城的当家小生，小丁每月还有3000元的工资，再加上偶尔参加比赛获得一些奖金，一家人的生活才渐渐有所好转。

丁俊晖说，为了培养自己，家里倾尽所有，“当初为了我，父母把老家的房子卖了，妈妈总是感觉不踏实，我也一样。无论在东莞学球还是在英国打比赛，总有在外飘荡的感觉。13岁的时候，我看到妈妈偷偷抹泪，我就暗暗告诉自己，一定要用球杆挣回一个家!”

而如今，年入百万奖金的丁俊晖不光用球杆挣回了一个家，更证明了父亲和自己当出的选择是正确的，以至于丁俊晖自信地说：“因为打球而没有继续上学，在当时看来是件冒险的事，今天看来却很正确。”

事实上，对于每个人来说，选择都是一件十分艰难的事情，面对选择，我们常常左右为难，犹豫不决。丁俊晖当年面对的并不是一项轻松的选择，身边的人都在学校里学习，他自己也曾想在学业上有所作为，显然选择直接关系到他的前途命运，父亲对此也非常慎重。选择为什么会如此艰难呢？因为选择需要付出成本——机会成本。我们都知道人的欲望是无限的，而用来满足欲望的资源却是有限的，在资源有限的情况下，凡事都难以两全，一定是有所得必有所失，为了去做一件事情，就必须放弃另一件事情，经济学上把放弃的事情叫做为要做的事情所付出的机会成本。通俗地说，就是不但这件事情没干成，还把其他事情给耽搁了。

就像丁俊晖一样，如果他选择了台球之路，就不能选择求学之路，求学之路就是他选择台球训练的机会成本，也就是说练台球必须以放弃学业为代价。学生时代选择科目，学理科就不能学文科，学文科就是学理科的机会成本。对于未来的选择，我们无法知道是否正确，但却可以通过对机会成本的分析来进行判别。还拿丁俊晖的选择来说，丁俊晖在台球方面有独特的天赋，如果继续求学，肯定是离他的特长越来越远，最终的收益只是获得一张大学文凭，找到一份不错的职业。而选择练台球，则可以发挥自己的特长，再不济，也是个职业运动员，将来退役后当个体育教练或者教师，和上大学的收益相当，如果发挥得好，还有可能在世界级的比赛上出人头地为国争光呢，经过这样一分析，练台球的收益显然大于上大学。

机会成本往往是以时间为代价的，在我们每个人拥有的各种资源中，最宝贵的资源就是时间。一个人每天24小时，每年365天，一生也就几十年，在这有限的时间里，每个人所能干的事情也总是有限的：读书的同时不能看报，打牌的同时无法打球，同样的时间里做了这一件事情就不能同时再做另一件事情。时间是不可再生

的资源，一旦选择失误，损失的时间就永远也找不回来了。不像选择一笔钱是用于投资房产还是投资股市，即使决策失误导致金钱损失也是可以再挣回来的。所以在考虑机会成本的时候，以时间为代价的机会成本尤为重要。如果一件事情需要你投入最主要的成本是时间，那么对这件事情的选择就必须慎之又慎。

年轻人常常站在人生的十字路口，不知道到底该往哪里去，这是因为年轻人为选择所付出的机会成本主要是时间。年轻人精力旺盛，朝气蓬勃，青少年时期正是给人生打基础的黄金时期，而有些选择，比如体育、音乐、美术等，最佳年龄错过了，以后再选择也没有用了。有些机会，也是一次性的，错过了也就不可能再有了。年轻的时候，是一个人学习知识和技能的关键时期，也是一个人品质、修养、习惯的形成时期，如果选择了不良的人生价值观和生活方式，学无所成，生活怠惰，作风不良，随着年龄的增长，改正这些不良习惯也会越来越难。有位名人曾经说过："人生的道路虽然漫长，但紧要处往往只有几步，特别是当人年轻的时候。"这紧要的几步，如果选择不好，往往会影响以后的发展，有时甚至会毁掉人的一生。

不同的人在不同时期的机会成本是不同的，青年人比中年人在做很多事情上的机会成本要低，因为青年人相对于中年人而言，时间资源相对要充裕一些，这一次失败了还可以从头再来。当前收入低的人比收入高的人做许多事情的机会成本要低，一个初生牛犊可以毫无顾忌地下决心白手起家创业，而一个资深的职业经理人则很难横下心来另起炉灶。所以，对于年轻人来说，在事业的选择上，应该多去考虑机会成本的利弊，这样才能让自己的人生价值最大化。



有什么物品不能买卖？——商品

日本商人将山谷和草地上的清新空气，用现代技术制作成"空气罐头"，然后向久居闹市、饱受空气污染的市民出售，购买者打开空气罐头，靠近鼻孔，顿时香气扑鼻，沁人肺腑。

世界上最奇特的商品，要数格陵兰岛出口的冰山了。这是10万年前的冰，被认为是最纯净的，没有污染，杂质很少。

对于我们来说，没有比商品更熟悉的东西了。我们每天吃、喝、穿、住、用、行，样样都离不开商品。但是，究竟什么才是商品呢？商品是用于交换的劳动产品。

商品，首先必须是劳动产品。换句话说，如果不是劳动产品，就不能成为商品。比如，自然界中的阳光、空气，虽然是人类生活所必需的，但不是经过劳动所得，就不是劳动产品，所以不能叫做商品。但是人们把空气制成"空气罐头"就是另外一种情况了。

商品，还必须要用于交换。商品与交换可以说是密不可分的。也就是说，如果不用于交换，即使是劳动产品，也不能叫做商品。例如，古时候传统的男耕女织的家庭生产，种出来的粮食和织出来的布，虽然都是劳动产品，但是只供家庭成员自己使用，并没有用来和他人交换，因而就不是商品。

商品是人类发展到一定历史阶段的产物。它的产生，必须具备以下两个条件：

(1) 社会分工。社会分工是商品产生的基础。正是因为社会分工，才提出了交换的要求，也就有了进行交换的可能。因为社会分工的不同，每一个劳动者只从事某些局部的、单方面的劳动，只生产某些甚至某种单一的产品，而人们的需求是多方面的，为了满足不同的需求，生产者必然要用自己生产的产品去交换自己不生产而又需要的产品。这种商品生产和商品交换就是商品经济。

(2) 所有权不同。所有权不同是商品得以存在的前提。因为生产资料和劳动产品属于不同的所有者，所以才会发生交换行为。在私有制条件下，产品交换的双方是独立的利益主体，成为经济利益的对立面，这就决定了双方的交换只能是等价交换，即要遵循商品经济中的等价交换原则。劳动产品的交换既然是等价的商品交换，那么，生产者的生产过程就成为以直接交换为目的的商品生产过程。

商品既是社会分工的产物，也是私有制的产物。



狗牙也可以买东西——货币

世界上除了我们所认识的常用货币外，还有一些新奇的不为我们所熟悉的货币形式。比如，在太平洋上的某些岛屿和若干非洲民族中，以一种贝壳——“加马里”货币来交税。再如，美拉尼西亚群岛的居民普遍养狗，所以就以狗牙作为货币，一颗狗牙大概可以买到一百个椰子，而要娶一位新娘，必须给她几百颗狗牙作为礼金！近年来有一些贪婪的骗子向美拉尼西亚运入大量的狗牙，以骗取土著居民的各种有用物资，一度造成了“通货膨胀”。

在经济学中，任何一种能执行交换媒介、价值尺度、延期支付标准和完全流动的财富储藏手段等功能的商品，都可被看做是货币。

很多人都会质疑上述论断：人民币、港币、美元、欧元、英镑等才是货币，茶杯、保温瓶之类的商品也能算是货币吗？在我们的日常生活中，茶杯、保温瓶当然不能算做是货币。要了解货币，就必须从货币的起源来看。

最初的货币就是普普通通的商品，它是在交换的过程中逐渐演变成一般等价物的。货币就是商品，但又不是一般的商品，而是特殊的商品。货币出现后，整个商品世界就分裂成了两极，一极是特殊商品——货币，另一极是所有的一般商品。

货币最初产生于物物交换的时代。在原始社会，人们使用物物交换、以物换物的方式，交换自己所需要的物资，比如一头牛换一把石斧。有时候受到用于交换的物资种类的限制，不得不寻找一种能够被交换双方都接受的物品，比如一只羊换一把石斧，一把石斧换一堆盐，这里的石斧就具备了货币的功能。

在人类发展的早期历史上，贝壳因为难以获得，充当了一般等价物，“贝”因此成为最原始的货币之一。今天的汉字如“赚”、“财”等，都有“贝”字旁，这也体现出了当初贝壳作为货币流通的印迹。

经过日积月累的自然淘汰，在绝大多数社会里，作为货币使用的物品逐渐被金属取代。使用金属货币的好处在于：需要人工制作才能得到，无法从自然界大量地获得，另外还易于储存。数量稀少的金、银逐渐成为主要的货币金属。古代希腊、罗马和波斯的人们把金银切割成大小不同的薄片，在上面刻制印标，准确标出每一片的重量。在交易中，人们只要看一下这片贵重金属上面的标志，就可得知它的价值。

随着经济的进一步发展，金属货币因为重量和体积的缘故，令人感到烦恼，因为它不易携带，而且在使用过程中还会出现磨损的问题。据不完全统计，自从人类使用黄金作为货币以来，已经有超过两万吨的黄金在铸币厂里，或者在人们的手里、钱袋中磨损掉。于是，作为金属货币的象征符号——纸币出现了。世界上最早出现的纸币，是中国北宋时期四川成都的“交子”。目前世界上共有200多种纸币，流通于193个独立的国家和地区中。

由于货币是价值和社会财富的一般代表，因此谁占有了货币，就等于占有了价值和财富；谁占有的货币越多，就表明其所拥有的商品越多。在货币的帮助下，人们不仅可以进行交易，而且也可以比过去更容易富裕起来。货币的权势并不像刀剑和长矛那样锋芒毕露，但其效果却更为持久和长远。



我们购买的到底是什么？——使用价值

过去宋国有一个人，善于配制防止裂手的药，正因为有这种技能，所以他家世世代代都在从事漂洗纱絮的工作。有一位南方的客人听说这件事后想花百方金子买他家的药方，一家人聚在一起商量了起来。大家都说：“我们家世世代代做漂洗纱絮的生意，一年下来顶多不过挣几方金子。现在只是出卖防止裂手的药方就能得到百方金子，这么好的事情哪有不做的道理呢？”于是便把药方卖给了人家。那位客人将这个方子献给了吴国的国王。后来，吴国与越国进行水战，用这个方子制药，涂在手上防冻裂，而越国将士的手却都是皮裂指肿，难以使用兵器，越军被吴军打得大败而逃，最后只好向吴国献地乞降。这正是因使用方法上的不同而引起的不同结果。

同样是这一种药方，作为一种防止裂手的技术，它并没有发生变化，可是一种人用它漂洗纱絮，而另一种人却能用它拓展疆域。

商品的使用价值是指能够满足人们某种需要的属性，如粮食能充饥，衣服能御寒。使用价值是一切商品都具有的共同属性之一。任何物品要想成为商品都必须具有可供人类使用的价值；反之，毫无使用价值的物品是不会成为商品的。使用价值是商品的自然属性。

一般来说，同一事物往往包含了多种使用价值，同一种使用价值也可以通过多种不同的事物来表现。同一事物对于不同的使用者所表现出的使用价值不同，而且对于同一个使用者来说，在不同的使用时间或在不同的环境条件下又可表现出不同的使用价值。



为什么理发费用如此之高？——价值与价格

郑州一家理发店一夜之间闻名全国。不是因为店里师傅的手艺高超，而是因为它创造了一项惊人的纪录：两个人的理发费用1.2万元，平均一人6000元！

2008年3月29日，在郑州市某中专读二年级的小亚和同学小莉一起到郑州二七广场逛街。下午2点左右，两人逛到二七路的正弘大厦附近，看到旁边一家名为“保罗国际”的理发店的橱窗玻璃上贴着“洗剪吹38元”的字样，就走了进去。

在理发之前，店员向她们出示了消费单：洗剪吹38元、洗发用品60元和护发用品60元。

两人剪完头发，已是下午6点左右。可让两个女孩没有想到的是，结账时，收银员报出了1.2万元的天价！

因为小亚和小莉拿不出那么多的钱，店员便不让她们离开。后来店员给她们支招，只要办理一张该店的会员卡，就可以享受5折的优惠折扣，但每张会员卡至少要一次性充值9800元，剩余的钱将存在卡里。当时两人身上只有不到300元的生活费，她们无奈之下只好掏出手机向同学求援。当晚10时30分左右，小亚和小莉一共向30多名同学借钱，总算凑够9800元送到了店里，她们才得以脱身。

价格是商品同货币交换比例的指数，或者说，价格是价值的货币表现。价格是商品的交换价值在流通过程中所取得的转化形式。

从本质上来说，价格是一种从属于价值并由价值决定的货币价值形式。价值的变动是价格变动的内在的、支配性的因素，是价格形成的基础。但是，由于商品的

价格既是由商品本身的价值决定的，也是由货币本身的价值决定的，因而商品价格的变动不一定反映商品价值的变动，例如，在商品价值不变时，货币价值的变动就会引起商品价格的变动；同样，商品价值的变动也并不一定就会引起商品价格的变动，例如，在商品价值和货币价值向同一方向发生相同比例变动时，商品价值的变动并不引起商品价格的变动。因此，商品的价格虽然是用于表现价值的，但是，仍然存在着商品价格和商品价值不相一致的情况。在简单商品经济条件下，商品价格随市场供求关系的变动，直接围绕它的价值上下波动；在资本主义商品经济条件下，由于部门之间的竞争和利润的平均化，商品价值转化为生产价格，商品价格随市场供求关系的变动，围绕生产价格上下波动。

价值是价格的基础，商品供给是价格形成和变化的直接条件。价格是市场的"晴雨表"，反映了供给与需求之间的相互作用与变化。供给与需求是使市场经济运行的力量，它们决定了每种物品的产量以及出售的价格。另外，价格的变化与市场环境的变化也息息相关。如果想知道任何事件或政策将如何影响市场的价格，就应该先考虑它将如何影响供给和需求。例如，当"非典"袭击我国的时候，全国食醋、消毒液、医用口罩的价格都上升了，一些日用品也成了普通消费者抢购的对象，这主要是因为突如其来的"非典"病毒造成了消费者对这些物品需求的剧增。在欧洲，每年夏天，当新英格兰地区天气变暖时，加勒比地区饭店的价格呈直线下降；中东爆发战争时，美国的汽油价格上升，而二手凯迪拉克轿车价格下降，这些都反映出供给和需求对市场的作用，而所有的这一切都是通过价格来反映的。



如何像"尿布大王"一样成功？——需求和供给

有一家原本生产雨伞的小企业，生产规模很小，基本上过着靠天吃饭的日子。一天公司的总经理在看报纸时，偶然看到了一份最近的人口普查报告，上面写着在该国每年有250万婴儿出生。总经理灵机一动：如果有这么多婴儿出生，那么，尿布一定有着巨大的潜在市场，如果每个婴儿每天最低消费2条尿布，那么一年至少就是500万条，再加上广阔的国际市场，这无疑是个巨大的商机。当时许多大企业都不屑于生产尿布这样的小东西，市场上的竞争压力不是很大，于是这个总经理立即决定转而生产尿布。严抓质量，创建品牌，几年之后，该公司生产的尿布畅销全国，走俏世界。如今该公司的尿布销量已占世界的1/3，那个总经理也因此成为享誉世界的"尿布大王"。

从一份人口调查报告中预见到新生人口的增长，将使得对尿布的需求大增，那么这一行业便面临广阔的市场。这个总经理可谓是火眼金睛，及时捕捉到了商机。

著名的经济学家萨缪尔森说过：学习经济学是再简单不过的事了，你只需掌握

两件事，一个叫供给，一个叫需求。

供给与需求是经济学的两大基本概念。在经济学中，需求是指在一定的时期，在一定的价格水平下，消费者愿意并且能够购买的商品数量。

这个定义包含了三层含义。

首先，需求是针对价格水平而言的，价格不同，需求数量自然也不同。比如，苹果现在是2元一斤，你打算买5斤苹果；可是过两天苹果涨价了，3元一斤，可能你就会觉得贵，选择不买或者少买一点了。

其次，购买意愿是需求的基础，没有购买意愿就不会有需求。比如，苹果现在很便宜，1元一斤，但是你根本不愿意吃苹果，宁可吃香蕉或者喝果汁，那么，就算苹果再便宜你也不会买，对于苹果来说，你的需求就是零。

最后，能够购买的数量，或者叫做购买能力，是指消费者的实力。对于便宜的物品来说，这一点表现得不明显。可是对于贵的东西，比如说钻戒，你虽然很喜欢，但是没有那么多钱去买，所以你虽然有购买的意愿，却没有购买的能力，因此也不能形成实际的需求。只有你想买，并且有经济实力购买，才能够构成需求。

经济学家们研究出了需求定律，用来表示需求的特殊性质。需求规律的含义是，当影响商品需求量的其他因素不变时，商品的需求量随着商品价格的上升而减少，随着商品价格下降而增加。

研究需求有着重要的意义。比如你是一个做生意的人，那么需求就意味着“市场”，什么产品有市场，你就应该做什么生意。如果一种商品没市场了，就要赶快撤出，免得蚀本。

光有需求似乎还是不够的，需求总是紧紧地与供给联系一起，如果光有需求，但是厂商生产不出来，又有什么用呢？所以，供给也是一个很重要的名词。

在经济学中，供给是指生产者在某一特定时期内，在每一价格水平上愿意并且能够提供的一定数量的商品或劳务。

跟需求一样，这个定义也包含三个层次的含义。

首先是价格水平，如果市场上的大米卖不上价，那么农民们就不愿再种大米了，可能会改种麦子或者其他农作物。

其次是生产的意愿，有的人愿意从事农业，有的人愿意进工厂，有的人愿意做生意，这个偏好是很难改变的。即便是今年粮食价格大涨，商人们也不愿意关上店铺去种地，也就是说他们对于粮食，根本就没有供给的意愿。

最后是能够提供的数量。生产总是需要原料的，比如土地、人力、资本等，现在粮食涨价，可是你只有十亩地，又租不到更多的地，那么在产量一定的情况下，你肯定也不能增加供给了。正是这些限制，使得供给不能无限地增长，也就是说，供给总是有限的，这也说明了经济学的产生是因为资源稀缺。

一般来说，供给是随着价格上升而增加的，与需求正好相反，但是供给也会受

其他因素的影响，比如厂商的目标、商品本身的价格、其他商品的价、生产技术的变动、生产要素的变动、政府的政策和厂商对未来的预期等。下面我们来看一个例子，深入理解一下这些因素如何影响供给。

有一年，市场上的苹果供过于求，果农们遭受了很大的损失，纷纷放弃种植苹果。可是有一个聪明的果农却想到：要是我的苹果能够与众不同，不就可以打开销路了吗？他想给苹果增加一个“祝福”功能，即让苹果上出现“喜”字、“福”字等喜庆字样。

于是第二年当苹果还长在树上时，他就把提前剪好的纸样贴在了苹果朝阳的一面，如“喜”、“福”、“吉”、“寿”等。果然，由于贴了纸的地方阳光照不到，苹果上也就留下了痕迹——比如贴的是“福”，苹果上也就有了清晰的“福”字了！

果然在该年度的苹果大战中，他的“祝福”苹果独领风骚，赚了一笔大钱！

转眼到了第二年，别人也学会了他的做法，可是这个果农更绝了——他早已将他的苹果一袋袋装好，且袋子里那几个有字的苹果总能组成一句甜美的祝词，如“寿比南山”、“一帆风顺”、“祝您幸福”、“永远想念你”等等。比起单调的一个字，自然是这种有祝福语的苹果更受欢迎了。

在上面例子中，厂商或者说供给者的意愿就是提供苹果，他有一片苹果园，里面没有橘子、橙子什么的，只能种苹果，所以，其他水果的行情与他什么无关。但是，其他水果的价格也会影响他的生意，因为如果橘子更便宜，可能消费者就不吃苹果而改吃橘子了；如果橙子更贵，那么消费者可能就不吃橙子，而吃更多的苹果，这些都会影响他的生意。在苹果上出现福字，也算是生产技术的变动，其他果农没有这个本事，因此这个果农的产品跟别人不同，销路自然就好了。

供给与需求是经济学中基本概念，供给与需求一起决定了商品的价格。生活中，我们处处离不开供给与需求。



为什么“粗粮”比“细粮”贵？——均衡价格

均衡价格是商品的供给价格与需求价格相等时的价格。在市场上，由于供给和需求力量的相互作用，市场价格趋向于均衡价格。如果市场价格高于均衡价格，则市场上出现超额供给，超额供给使市场价格趋于下降；反之，如果市场价格低于均衡价格，则市场上出现超额需求，超额需求使市场价格趋于上升，直至均衡价格。因此，市场竞争使市场稳定于均衡价格。

在人们的印象中，“细粮”比“粗粮”贵，所以小麦的价格一直比玉米贵。可

是从2006年以来，“粗粮”玉米的价格却不断上涨，甚至超过了小麦。到2007年时陕西宝鸡地区玉米的工业收购价达到1.66元/公斤，而每公斤小麦的市场价格仅为1.44元左右。人们不禁感到疑惑：原来大家都不愿意吃的玉米，如今怎么又值钱了呢？而且比小麦还贵了？

出现这样的现象说明了什么呢？这就说明了供给与需求决定了物品的价格。价格一直比小麦低的玉米突然值钱了，比小麦贵了，这种价格的变化，说明它们的供求关系发生了变化。我们都知道市场规律都是由供求关系决定的，也就是说当供过于求时，市场价格就会下降，当供不应求时，市场价格就会上升。可是，反过来呢，当供大于求，价格下降后，需求量就会增加，这时就有可能出现供不应求的现象，从而导致物品的价格上涨，反之亦然。问题是，难道供求关系将永远以这种形式循环下去吗？它们中间就没有一个平衡吗？我们知道，按照事物发展的客观规律，这种平衡是绝对存在的，也就是前文提到的均衡价格。那么，什么是均衡价格呢？

为回答这个问题，我们先看一看经济理论。在微观经济分析中，需求价格是指消费者为购买一定量商品所愿意支付的价格，供给价格是指生产者为提供一定商品所愿意接受的价格。所谓均衡价格，是指某种商品的需求与供给达到均衡时的价格。均衡价格的形成即是价格决定的过程，它是经过市场供求的自发调节而形成的。市场的供给围绕均衡价格上下振荡调节，使市场的无规律性自动调节呈现规律性。这就是亚当•斯密所说的“看不见的手”在强迫着价格均衡。

西方经济学认为，在市场经济中，价格机制对资源配置起到了至关重要的作用。市场通过价格调节来协调整个经济中各经济主体的决策，使消费者的购买量与厂商的产量之间保持平衡。在市场经济中，“生产什么”、“如何生产”和“为谁生产”的资源配置问题都由市场价格机制决定。由市场的供求均衡形成的均衡价格，能够引导社会资源的有效配置，实现帕累托最优状态。在这种状态下，生产者利润最大化的产品产量组合，恰好与消费者效用最大化的产品消费量组合相一致，因而使社会福利最大化。那么价格在经济中起到什么样的作用呢？

美国经济学家M•弗里德曼把价格在经济中的作用归纳为：第一，传递情报；第二，提供一种刺激，促使人们采用最节省成本的生产方法，把可得到的资源用于最有价值的目的；第三，决定谁可以得到多少产品，即收入的分配。

这三种作用是密切关联的。根据弗里德曼的解释，价格起作用的情况也就是价格机制。

然而，谁都明白大自然中的一草一木，甚至任何一个东西，在被发现之前一概定价为零。那么，为什么我们总要为不同的商品付出不同的价格呢？因为商品的价格总是在消费者也就是我们自己的竞争中决定的，而与商品的提供者，也就是造物的人，是否收费无关。即使是一块石头，一个没有经过任何加工的石头，如果我们争相去买，那么它的价格也会很高。这就是说，天上掉下来的馅饼也会在饿汉们的争抢下而涨价！

经世济民，是为经济
——前沿篇



如何帮助穷人成为富人？——穷人经济学

在一次总理记者招待会上，温家宝总理在回答有关“三农”问题时说：“我想起了诺贝尔奖获得者、一位叫舒尔茨的经济学家的一句话，他说世界大多数是贫困人口，如果你懂得了穷人的经济学，那么你就会懂得经济学当中许多重要的原理。我不是经济学家，但我深知农业、农民和农村问题在中国的极端重要性。没有农村的小康，就不会有全国的小康。没有农村的现代化，就不会有全国的现代化。”

何谓“穷人经济学"？有人指出，应该理解为研究如何帮助穷人成为富人的经济学。1979年诺贝尔经济学奖得主、著名经济学家舒尔茨在其获奖演说中说：“世界大多数是贫困人口，如果你懂得了穷人的经济学，那么你就会懂得经济学当中许多重要的原理。世界大多数贫穷人当中，又主要是以农业为生计的。如果你懂得了农业，那你就真正懂得了穷人的经济学。”舒尔茨强调，其实农民、穷人的生活逻辑与城市人、富人并没有太大区别。因此，不要在经济学研究中歧视农民与穷人，而要认识到绝大多数经济学原理及标准同样适用于农民与农业部门。

在舒尔茨看来，农业经济学就是穷人的经济学。因为世界上大多数贫困人口都集中在农业地区。择其关于农业经济学的要点，可以概括为以下三点：

一是农业对经济发展非常重要。在舒尔茨之前，大多数发展经济学家都将农业视为“落后部门”，认为现代化与经济增长的关键在于工业部门的扩张，而农业部门不过是为工业部门提供资本积累、原料来源以及廉价劳动力的来源。舒尔茨批评了这种理论，他认为农业部门不应该成为工业部门的附属，农业部门本身的现代化就是经济发展的一部分，而且历史经验证明，农业部门现代化对于国家经济发展有很大的贡献。

二是改变对农业的歧视政策。舒尔茨认为，在错误的理论指导下，发展中国家存在对农业部门的歧视。这些国家将迅速工业化作为发展的重点，从而在设计政策时给予工业与城市以优先权。于是在经济、政治和社会歧视的共同压力下，农业已成为这些国家经济计划中的薄弱环节，农村发展与城市发展存在严重的不平衡。而要改变这种状况，功夫应该下在农业部门之外，首先是指导思想的转变。

三是重视农业部门的人力资源投资。舒尔茨认为，要发挥农业在经济发展中的作用，关键是要把传统农业改造为现代化的农业。土地因素在农业部门中的作用已经下降，农业的增长不能仅依靠土地面积的扩大，更重要的是依靠“人力资本”投

资的增加。

> 作为一种公共产品，大多数景点往往是由于自然、历史原因形成的，这就注定了景点的公益性。也正因为如此，国家发改委曾要求景点门票价格调整应体现公益性。这里，公益性就是穷人经济学精神的体现。据称，美国一张全国国家公园的通用年票只售50美元，韩国景点的门票价格一般在7元到20元人民币，意大利最贵的景点门票价格也不足意大利人均月收入的1%……其公益性可见一斑。

首先应该承认，穷人自己对贫困的形成和积累难辞其咎。市场经济中弱肉强食、优胜劣汰是自然法则，贫困的一个重要原因是穷人自身素质的相对低下，包括知识水平、努力程度等。而自身的贫困反过来又让穷人缺少提高自身素质的能力，这其中的潜在逻辑就是穷人因为穷，所以穷，陷入了纳克斯所言的“贫困的恶性循环”。

但这种贫困循环很容易造成一种假象，即使人们认为是市场竞争引致了贫困，贫困是经济学中“看不见的手”造成的。然而事实并非如此。经济学中所言的市场是一个自由市场、公平市场，没有“看得见的手”来潜在地控制生产和分配。但现实就是，穷人与富人生来并不平等，而且在市场竞争中穷人也不能拥有平等的权利。于是乎，《新约全书·马太福音》中发出了这样沉闷的声音：“对已经富有的人还要给予，使之锦上添花；而对一文不名的人，即使有了一文，也要强行夺走。让富有的人更富有，让没有的人更没有。”这就是发展经济学中著名的“马太效应”，用来形容正向反馈，即“富者越来越富，穷者越来越穷”。

所以说，贫困不是市场的产物，而是不公平的后果，富人对经济资源配置的控制力是贫困的重要来源。正如1998年诺贝尔经济学奖获得者、有“经济学良心”之美誉的印度发展经济学家阿马蒂亚·森在《贫困与饥荒———论权利与剥夺》中所言：“繁荣过程自身就有可能成为饥荒的诱因。”

经济学的灵魂是自由和公平，这也是市场经济蓬勃发展的内在动力。因此，只有去洞察穷人经济学，还穷人以“起点公平”，才是经济学家们履行社会职责的方向。就像阿马蒂亚·森在《作为能力剥夺的贫困》开篇中所说的那样，“贫困必须被视为是一种对基本能力的剥夺，而不仅仅是收入低下”。他的这一思想已经被联合国机构接受并发展为人类贫困指数概念。所以，“劫贫济富”的政策建议是对本就不平等的穷人权利的再剥夺，这不仅有违人道主义的经济学良心，也偏离了自由平等的经济学主旨。唯有诚心诚意地去关注穷人经济学，市场经济才会更加健康、和谐。



走进实验室的经济学——实验经济学

> 2002年度诺贝尔经济学奖授予了美国经济学家弗农·史密斯，以表彰他

在实验经济学领域所做出的杰出贡献。

实验经济学，是在可控制的实验环境下对某一经济现象，通过控制实验条件、观察实验者行为和分析实验结果，以检验、比较和完善经济理论或提供决策依据的一门学科。

实验经济学的发展经历了一个漫长的时期。人们在很长一段时间里始终认为经济理论难以实验。弗农·史密斯教授首先觉察了到实验经济理论的作用，并付诸实践。他在亚利桑那大学11个班级进行了长达6年的实验，验证了竞争均衡理论。1962年，他在《政治经济学》杂志发表了《竞争市场行为的实验研究》一文，标志着实验经济学的诞生。此后，实验经济学开始运用于验证市场理论和博弈理论，并取得了一定的进展。例如，弗农·史密斯的“口头双向拍卖市场实验”提出了市场参数完全有可能影响均衡产出收敛性的结论；赫伯特·西蒙根据博弈实验结果分析了存在性理性和程序性理性的区别。此外，计算机的广泛运用使得复杂经济现象的实验成为可能。实验方法越来越广泛地应用于公共经济学、信息经济学、产业组织理论等诸多经济领域。

目前，实验经济学发展迅速，逐渐科学化和规范化，成为一个独立的经济学分支。实验经济学已从美国传播到法国、英国、德国、荷兰、西班牙、意大利、挪威、瑞典、加拿大、尼日利亚、日本、韩国、印度等许多国家。2002年度诺贝尔经济学奖授予弗农·史密斯，标志着实验经济学作为一门独立的学科已步入主流经济学的舞台。目前，实验经济学的研究主要集中在个人经济决策、博弈论、对市场机制的模拟等方面。

经济理论的实验方法与物理、化学的实验方法不同。当前实验经济学的研究方法主要有

1. 模拟和仿真

查尔斯·普洛特认为：“实验室建立的经济与现实经济相比可能特别简单，但是却一样地真实。真实的人被真实的金钱所驱动，因为真实的天赋和真实的局限，做出真实的决策和真实的错误，并为其行为后果而真实地悲喜”。经济理论的实验不是要复制出现实经济的运转过程，而是要模拟允许不同人类行为存在的环境，以便于实验者能够在这样的环境中观察人们不确定的价值观及其与环境之间的相互作用。弗农·史密斯采用只有三个网络节点的模型来模拟电力系统，其实验结果基本上能够反映现实电力系统运行中发电企业和电力交易商的行为类型和特征。

2. 比较与评估

实验经济学非常重视比较和评估的方法。通过比较和评估，可以判断实验本身的好坏，分析实验失败的原因，验证理论的真实性。

首先，将“效率”作为比较标准。其次，在方法上采取独立变动自变量。当实验关系到两个或两个以上变量时，容易出现变量之间的混合作用。因此实验中应独

立地变动每个自变量，获得每个自变量对因变量作用的最确切的数据，为比较和评估提供非偶发事件资料。最后，评估的结论建立在概率分布的基础上。

3. 行为分析和心理研究

经济理论的实验把社会中的人作为被实验者，所要验证的是人的行为命题，自然就需要借助行为和心理分析的方法。

一是运用行为理论来完善和改进实验。例如，针对行为人对重复行为有厌烦的心理，在实验设计中运用价值诱导方法，并把实验时间控制在3个小时内。

二是运用行为理论来解释实验结果。许多实验结果与理论预测出现差异，其原因是理论假设行为人是理性的，而被实验者的行为却是理性和非理性的统一。因此，只有运用了诸如展望理论、后悔和认知失协理论、心理间隔理论等行为理论，来分析被实验者的非理性行为，才能很好地解释实验结果。



经济学与心理学的交叉创新理论——心理经济学

在2007年中国股市火爆的时候，网上流传着这样一个笑话：济南市的一位老大爷在大街上走着走着，突然停下来对路边的人说："我要买股票！"大家都很奇怪，就问他："大爷，您要买哪只股票呀？"老大爷头也没抬就说："我要买股票，就是买了就能赚钱的那个票。"

其实，现实中这样的事情很多，只是没有这位老大爷这么突出罢了。心理经济学认为，这种现象说明，人的心理感情在大多数时间里代替理智，主导着人们的经济行为，而产生这种状况的主要原因是人们的从众行为和群体心理。

心理经济学又称经济心理学，是研究人们对生产关系、经济政策和经济机制的心理反应规律的科学，是经济学、管理学和心理学相结合的一门新兴学科。心理经济学是在20世纪中叶以后逐步形成的。早期泰罗曾对劳动心理做过研究。而心理经济学作为一门独立学科是70年代才正式建立的。

相对于其他学科，诸如经济学完整的结构框架而言，心理经济学的体系还不够完善，还需要进一步发展。心理经济学在对经济现象进行分析时，其所依据的理论主要是经济学和心理学的一些基本原理。总的来说，心理经济学常用的理论基础主要有效应理论、预期理论、风险理论、对策论、福利理论等。

目前，国内外心理经济学家研究的内容主要包括以下几方面：

(1) 人们在社会经济活动中的一般心理特征；

(2) 劳动者的心理状态与劳动生产率的相互关系及其表现形式；

(3) 不同所有制形式下的劳动者的社会心理行为；

(4) 符合劳动者心理特点的经营管理措施和方法；

(5) 不同年龄、性别、职务所表现出的特殊心理现象；

(6) 人们对经济发展状况、产品供求状况、新技术和新产品的应用与消费情况的心理反应等。



向产权制度进一步拓展的经济学——新制度经济学

瑞典皇家科学院宣布，将2009年诺贝尔经济学奖授予美国经济学家埃莉诺·奥斯特罗姆和奥利弗·威廉姆森，以表彰他们在经济管理分析方面所做的贡献。这两位学者的研究范畴，均属于新制度经济学领域，其中威廉姆森是“新制度经济学”的命名者，是新制度经济学的创始人；奥斯特罗姆则是首次获诺贝尔经济学奖的女学者，长期研究集体组织如何成功管理公共财产。

“新制度经济学”一词来自于奥利弗·威廉姆森1975年的著作，也被叫做“数理制度经济学”、“理论制度经济学”、“现代制度经济学”或“新型制度经济学”，其主要目的在于和凡勃伦、康芒斯、米切尔等人的“老”制度经济学划清界限。

新制度经济学是一个新兴的自由主义经济学派，属于新自由主义经济学的范畴。新制度经济学的主要代表人物是科斯和诺思。用科斯的话来形容新制度经济学就是用主流经济学的方法分析制度的经济学。

顾名思义，新制度经济学是相对于旧制度经济学来说的。旧制度经济学是反对正统经济学的，而新制度经济学则是一门用正统经济学的方法研究制度构成、运行和变迁的经济学。

新制度经济学的主要研究对象是人、制度、经济活动以及这三者之间的相互关系。把制度作为经济学的研究对象，是新制度经济学对传统经济理论的一次革命。以前，天然要素、技术和偏好被传统经济学看做是经济理论的三大基石，现在，制度成为经济理论的第四大基石。

新制度经济学对人的行为做了三个假定，使得对研究对象的分析更加贴近现实。

(1) 行为目的具有双重性。一方面，人们追求自身财富最大化，另一方面，人们又追求非财富最大化。

(2) 人具有有限的理性，即人不是完全理性。

人具有机会主义倾向，从自身利益出发，具有随机应变、投机取巧为自己谋取最大利益的行为倾向。

(3) 新制度经济学涵盖的内容很多，主要有科斯的交易成本理论、产

权理论和企业理论，以及诺思的制度变迁与经济发展理论和斯蒂格勒的产业组织和政府管理理论。



从经济人假定转向经济人的行为分析——行为经济学

行为经济学在西方主流经济学中不是一门新的学科，只不过，自20世纪50年代至90年代，它沉寂了几十年。2000—2005年期间诺贝尔经济学奖的获奖者，至少有三位被视为“行为经济学家”——阿克劳夫、史密斯、谢林，至少有一位被视为是“计量经济学家”的行为经济学家——麦克法顿。

行为经济学作为实用的经济学，将行为分析理论与经济运行规律、心理学与经济科学有机结合起来，以发现现今经济学模型中的错误或遗漏，进而修正主流经济学关于人的理性、自利、完全信息、效用最大化及偏好一致等基本假设的不足。

狭义而言，行为经济学是心理学与经济分析相结合的产物。广义而言，行为经济学把五类要素引入经济分析框架：①“认知不协调—C-D gap”；②“身份—社会地位”；③“人格—情绪定势”；④“个性—偏好演化”；⑤情境理性与局部知识。

西方传统主流经济学是以理性“经济人”为假设前提的，认为人在日常生活中的行为是充满理性的、自私自利的。传统主流经济学家始终在努力证明：经济系统在何种状态下能够达到均衡以及人的决策在何种条件下才能实现最优。但是，事与愿违，经济中出现了各种无法用传统经济学解释的现象。于是，行为经济学家们对传统主流经济学的假设前提提出了质疑。行为经济学家认为人类的行为很复杂：人们不仅仅追求利益最大化，还追求公平、公正等其他方面的东西；同时，当人们在复杂环境和不确定因素的影响下进行决策时，绝大多数人对自己的能力充满信心，不会对自己的决策进行理性的计算。行为经济学通过修正传统经济学对人的前提假设，把人类复杂的行为纳入标准的经济学理论分析中。

经济学开山鼻祖、美国经济学教授阿克洛夫有个名为“斯蒂格利茨的箱子”的经典故事：斯蒂格利茨在一次离开印度返回美国时，由于民航限制行李数量，留下一箱衣服让阿克洛夫帮忙寄回。但是，当时印度的邮政系统很落后，服务也很差。阿克洛夫估计寄这个箱子至少要花掉一天的时间，于是，“拖延行为”就出现了，阿克洛夫一直在思考，是今天寄呢？还是明天寄？结果，一天天过去了，一只拖了8个月左右，箱子还是没有寄过去，最后他干脆决定不寄了，等年底回美国的时候顺便带过去。从这个例子中我们可以看出，每次决定把事情拖延到下次再做的时候，决策者都是没有理性预期的。

行为经济学的产生和发展离不开现代心理学，尤其是认知心理学，它为行为经

济学解释人类的心理活动在处理和加工信息方面发挥的影响提供了理论基础。同时，行为经济学的发展也是伴随着金融理论的发展而展开的。



经济学的一种重要运用方式——实证经济学

近年来关于“轿车进入家庭”的争论，实际上包含了两个方面的问题：一是轿车能否进入家庭，轿车进入家庭对经济有什么影响，包括对居民收入、交通、能源及其他影响轿车进入家庭的因素的分析，以及轿车对整个国民经济的带动作用的分析。二是轿车是否应该进入家庭。支持者认为，轿车的发展对国民经济有推动作用，而且享用轿车是消费者的权利；反对者则批判西方的轿车文明与轿车能否进入家庭的问题属于实证经济学的问题，关于轿车是否应该进入家庭的问题属于规范经济学的问题。

实证经济学是指描述、解释、预测经济行为的经济理论部分，是经济学的一种重要运用方式。从原则上说，实证经济学是独立于任何特殊的伦理观念的，不涉及价值判断，旨在回答“是什么”、“能不能做到”之类的实证问题。它的任务是提供一种一般化的理论体系，用于对有关环境变化对人类行为所产生的影响做出正确的预测。对这种理论的解释力，可以通过它所取得的预测与实际情况相对照的精确度、一致性等指标来加以考察。简言之，实证经济学是“客观的”科学，可以通过经验的评价，对其假设做理性的讨论。

与实证经济学相对应的是规范经济学，实证经济学和规范经济学的区别和联系可以归纳为以下四点。

(1) 是否以一定的价值判断为依据。这里的“价值判断”，通俗地讲就是对经济事物是“好”还是“坏”的认定。如果经济理论是建立在一定的价值判断的基础上，则为规范经济学；反之，如果不涉及好坏，仅仅是就事论事，那么就是实证经济学。“实证”，就是实例证明。

(2) 解决的问题不同。如果解决的是“是什么”的问题，则属于实证经济学范畴，反之，如果解决的是“应该是什么”的问题，则属于规范经济学范畴。

(3) 是否具有客观性。规范经济学中的意见分歧主要集中于对不同行为的成本收益的价值判断上。正因为如此，其分析结果往往带有较浓的主观色彩；而实证经济学是就事论事，所以其分析结果是客观的。

(4) 实证经济学和规范经济学二者并不是绝对排斥的。在现实经济分析中，两种方法是经常混合使用的。比如，对通货膨胀这一经济热点，就常常同时使用两种分析方法。分析通货膨胀的后果，一般属于规范分析；

讨论采用何种措施反通货膨胀，亦属规范经济学的范围；一旦方法选定，具体的政策设计则属于实证经济学研究的问题。

实证经济学的进步不仅要求对现有假说进行验证并加以完善，而且还要求不断地创立新的假说。对于这一问题目前尚缺乏正式的结论。假说的创立是一项精神、直观与发明的创造性活动；其实质就是要在众所周知的材料中发掘新意。这一过程必须归在心理学当中讨论，而不应列在逻辑学当中研究。这一过程必须借助于自传与传记来研究，而不应从科学方法的专著中寻找答案；这一过程必须经由公理与例证的分析所推动，而不应由定理或原则所导出。



实行利润分享的经济——分享经济理论

1984年美国麻省理工学院经济学教授马丁·L.威茨曼的著作《分享经济》一问世，就在西方经济学界引起巨大反响，甚至被誉为“自凯恩斯理论之后最卓越的经济思想”。当时的英国首相撒切尔夫人也对其表示出极大的兴趣。

分享经济理论是研究工人参与利润分配及其对宏观和微观经济影响的理论。分享经济即实行利润分享的经济，是指工人参与分享企业净收益（利润）的分配方式。

威茨曼对该理论进行了系统论述。他把雇员的报酬制度分为工资制度和分享制度两大类，并认为传统的工资制度是造成“滞胀”等宏观经济问题的根本原因之一。按照传统的微观经济学理论，企业作为利润最大化的追求者，根据边际收益等于边际成本的原则确定劳动人数。在工资制度下，由于工资相对固定，一旦总需求萎缩，企业对成本上升的反应必然是降低产量、提高价格，从而导致“滞胀”的发生。

相反，如果实行分享制度，让雇员分享到一定比例的利润，就能够避免这一问题。这是因为，分享制度使得工资水平随利润状况而波动，从而自动地提供一种稳定机制：在总需求不足的情况下，由于劳动的边际成本下降，企业就会雇用更多的工人，并提供更多的就业、产量和更低的产品价格。

因此，分享制度除保持了分散化决策的灵活性优点外，还能解决“滞胀”等宏观经济问题。同时，他认为，分享制度也有助于改善劳资关系，有利于激发工人的积极性。

分享经济理论对于我国经济的发展也有着重要的意义。改革30年来，中国经济运行走着一条由工资制走向收入与产权分享制经济的路子。改革的方向是淘汰工资制经济，全面实行中国特色社会主义分享经济制度，以利益分享作为构建社会主义和谐经济的原则。从收入和财富分配不公走向社会公平、利益共享，从而实现共同富裕。



一种动态均衡分析理论——蛛网理论

> 蛛网理论是一种动态均衡分析理论。古典经济学理论认为，供给量和价格的均衡被打破后，经过竞争，均衡状态会自动恢复。蛛网理论却证明，按照古典经济学静态下完全竞争的假设，均衡一旦被打破，由于供与求的弹性大小不同，价格和产量的变动不一定会趋于均衡状态。

蛛网理论是20世纪30年代西方经济学界出现的一种动态均衡分析理论。它将市场均衡理论与弹性理论结合起来，再引进时间因素来考察市场价格和产量的变动状况，即用供求定理解释某些生产周期长的商品，在供求不平衡时发生的价格和产量的循环影响和变动。

蛛网理论的一个典型例子是英国养猪产业的循环周期，统计调查显示：英国的养猪业者并没有假设目前的价格会在未来维持不变。当价格高得异常时，他们预期价格会下跌；而当价格低得离谱时，他们预期价格会上扬。

粮食市场也存在着明显的蛛网效应，很多经济学者都认为，粮食市场中的任何一个外部冲击都会被逐级放大而发散，市场无法自动调整至均衡状态，于是，它将对人们的生活、生产带来不利影响。

蛛网理论研究的主要产品，从生产到上市都需要较长的周期，而且生产规模一旦确定，在生产过程未完成前，不能中途改变，因此市场价格的变动只能影响下一周期的产量。同时认为，本期的产量取决于上一期的价格，本期的价格决定下期的产量。这种变动状况分为三种模型。

> 一是供给弹性小于需求弹性。这就意味着价格变动对供给量的影响小于对需求量的影响。这时价格和产量的波动会逐渐减小，使市场价格趋于均衡价格，称为“收敛型蛛网”。
>
> 二是供给弹性大于需求弹性。市场受外力干扰偏离均衡状态的市场价格对下期供给量产生影响，使实际价格和实际产量波动的幅度会越来越大，远离均衡点，使均衡无法恢复，这种情形称为“发散型蛛网”。
>
> 三是供给弹性等于需求弹性。价格波动引起供给量变动的程度始终不变，即实际产量和实际价格始终围绕均衡点波动，永远也达不到均衡，称为“封闭型蛛网”。



整个经济体系处于均衡状态——一般均衡理论

1874年，瓦尔拉斯首先提出，在各种经济产品和要素市场上，消费者和生产者的最大化行为，在某些条件下能够导致需求和供给之间的数量均衡。

1874年法国经济学家瓦尔拉斯在他的《纯粹经济学要义》中创立了一般均衡理论。瓦尔拉斯认为，整个经济体系处于均衡状态时，所有消费品和生产要素的价格将有一个确定的均衡值，它们的产出和供给，将有一个确定的均衡量。他还认为在“完全竞争”的均衡条件下，出售一切生产要素的总收入和出售一切消费品的总收入必将相等。

该理论的实质是说明资本主义经济可以处于稳定的均衡状态。在资本主义经济中，消费者可以获得最大效用，企业家可以获得最大利润，生产要素的所有者可以得到最大报酬。

一般均衡是指所有市场（包括产品市场和生产要素市场）同时达到均衡的状态，此时，所有产品和生产要素的价格与数量同时决定。一般均衡理论是对局部均衡分析理论的发展，它在局部均衡的基础上，考察市场与市场之间的相互联系和相互作用。

瓦尔拉斯的一般均衡价格决定思想，是通过数学公式来阐述的。他假定社会上有n种资源生产m种商品。社会上每个人都持有一定数量的资源或生产要素，即他的分析以既定的收入分配方式为前提。在这样的经济社会中，消费者力图取得最大效用，企业家力图获得最大利润，资源所有者力图获取最多的报酬。通过对方程求解，瓦尔拉斯证明了在市场上存在着一系列的市场价格和交易数量，能使每个消费者、企业家和资源所有者达到各自的目的，从而使社会稳定地存在下去。

瓦尔拉斯还认为，这种均衡是稳定的均衡，即一旦经济制度处于非均衡状态，市场的力量将会自动将经济制度调整到一个新的均衡状态。

瓦尔拉斯的一般均衡体系是按照从简单到复杂的路线逐步建立起来的。他首先撇开生产、资本积累和货币流通等复杂因素，集中考察交换的一般均衡。在解决了交换的一般均衡之后，他加入更现实一些假定——商品是生产出来的，从而讨论了生产以及交换的一般均衡。但是，生产的一般均衡仍然不够“一般”，它只考虑了消费品的生产而忽略了资本品的生产和再生产。因此，瓦尔拉斯进一步提出了其关于“资本积累”的第三个一般均衡。他的最后一个模型是“货币和流通理论”，考虑了货币交换和货币窖藏的作用，从而把一般均衡理论从实物经济推广到了货币经济。

瓦尔拉斯的一般均衡模型充分揭示并肯定了完全竞争条件下价格对资源的调节机制，因而引起了经济学界和数学界的广泛关注。其后，德国经济学家沃尔德首次

对一般均衡的存在性问题给出了严格的证明，并分析了一般均衡的唯一性问题。1954年，阿罗和德布鲁给出了一个更具一般性的存在性定理。冯·诺依曼、麦肯齐、希克斯、阿罗、P.萨谬尔森则研究了一般均衡的稳定性问题。

最新的研究已将一般均衡拓展到了以下领域：引入不确定性；分析不完全竞争市场；一般均衡价格的实际计算问题；等等。

现在，一般均衡理论已成为传统微观经济学一个必不可少的组成部分。它不仅作为对局部均衡分析的一种发展，而且更重要的是，它被用于在福利经济学中对竞争性均衡的规范性说明，得出福利经济学的第一定理和第二定理，以论证“看不见的手”原理。

一般均衡理论是人类经济思想宝库中最重要的成就之一，它从对人们的偏好、技术和禀赋的基本假设出发，建立了关于人类经济领域整体均衡的存在性、稳定性和有效性的公理化体系。一般均衡理论的公理化研究方法已成为主流经济学的基本方法之一。例如，在一般均衡中纳入随机因素，就可以研究金融市场的资本定价问题；在宏观经济学里起基础作用的兰姆西（Ramsey）模型，实际上只是具有无限性质的一般均衡理论的特例之一；引入信息不对称，就可以在一般均衡理论的框架中研究激励理论；等等。



向政治领域拓展的经济学——公共选择理论

加利福尼亚大学的生物学家哈丁教授曾经发表了题为《公共地悲剧》的论文。他在论文中指出：在公有的草地上放羊，因为增加放养的羊会给放羊人带来利益，所以放羊人不断增加羊的数量。由于羊群的进入不受限制，所以牧场被过度使用，草地的状况迅速恶化，悲剧就这样发生了。公共地悲剧是公共选择理论的一个经典案例。

简单地说，公共选择理论就是以经济分析的方法研究政治问题形成的一些理论成果。公共选择的主题与政治科学的主题是一样的，如国家理论、投票规则、投票者行为、政党政治、官员政治等。

“公共地悲剧”是公共选择理论的经典案例，它说明了人们在没有约束的情况下做出的决策会导致集体决策的不理性，同时也表明了有效的公共产品选择必须在一个合理的制度下才能做出。公共选择理论的代表人物詹姆斯·布坎南说：“公共选择是政治上的观点，它以经济学家的工具和方法大量应用于集体或非市场决策而产生。”

公共选择是新自由主义的一个分支，它的产生有很深远的思想渊源。

（1）亚当·斯密的“看不见的手”原理是公共选择理论的思想根源。

（2）19世纪欧洲大陆流行的霍布斯、洛克等人的政治学说，尤其是社会契约理

论，也是公共选择理论的思想根源之一。社会契约理论家们认为，人类曾经生活在无政府的状态之中，自然权利是天赋的，人们彼此相互为敌。在这种状态下，社会生产无法有序开展，每个人都把大部分精力都放在如何提防别人的掠夺上。为了避免陷入这种状况，人们便通过相互订立契约，把部分自然权利让给社会，从而产生了政府。政府是人类智慧的产物，其目的主要是保护私有财产和公民的自然权利。然而，政府的权力也不是无限大的，它受自然法的约束，统治者也必须遵守社会契约，否则选民有权推翻他。这种自然法思想和有限的政府学说构成了公共选择理论的国家学说的潜在基础。

(3) 20世纪初，瑞典经济学家威克塞尔的思想是公共选择理论的主要来源。威克塞尔在《公平赋税的新原理》一书中提出了公共选择理论的三个要素。他认为，在传统的公共财政理论中，同一个人在经济市场和政治市场中会按照与市场上相同的行为方式进行活动，没有理由认为个人的本性会随着环境的变化而发生很大改变。政治被认为是一种在个人之间进行的复杂交易的结构，人们基于自身利益的考虑，通过自愿的政治交易过程来实现他们最大化的个人利益。由于政治行为人是在一定的规则内做出选择的，所以规则极为重要。改革的方向必须集中于改变决策规则，而不是通过对决策行为人施加影响来改善预期的结果。在威克塞尔看来，判断规则的改变是否有效的标准是一致性原则，也就是说这个新规则是否有效，取决于社会全体成员能否一致通过。这对后来布坎南的公共选择观点产生了巨大的影响。

(4) 20世纪初的意大利经济学家旁塔雷奥尼、马尔科，萨克斯等人的公债理论和国家学说对公共选择理论也有重大影响。意大利财政学派提出总是要有一个小集团为集体做出选择的观点，对公共选择理论产生了较大的影响，特别是奥尔森的集体行动理论。同时，意大利学者试图把古典边际分析模式扩大到对决定公共行动结构的理解上，他们的分析方法对布坎南和布莱克的公共选择观点的形成起到了积极的作用。

虽然公共选择理论在坚持“经济人”假设和方法论个人主义方面备受争议，但是它的实践价值不容忽视。公共选择所指出的政府管理失败的现象，如决策失误、政府机构膨胀、政府效率低下、寻租行为等，对政府管理仍然有很多启示。



网上正在流行什么？——各种网络定律

“网络定律”一词用来表示网络经济与网络技术发展中的一些规律性认识。从目前已经出现的一些规律性认识来看，以下若干规律性深度概括值得关注。

1. 摩尔定律

微处理器的速度每18个月就会翻一番。这就意味着每5年它的速度会快10倍，

每10年会快100倍。同等价位的微处理器的速度会越来越快，同等速度的微处理器会越来越便宜。可以预见，在未来，世界各地的人不但都可以通过计算机上网，而且还可以通过电视、电话、电子书和电子钱包上网。

2. 吉尔德定律

在未来25年，主干网的带宽将每6个月增加一倍。其增长速度在摩尔定律预测的微处理器增长速度的基础上又翻了3番！今天，几乎所有知名的电信服务公司都在乐此不疲地铺设缆线。当带宽变得足够充裕时，上网的代价也会下降。在美国，今天已经有很多的电脑服务提供商（ISP）向用户提供免费上网的服务。

3. 麦特卡尔夫定律

以太网的发明人鲍勃·麦特卡尔夫告诉我们：网络价值同网络用户数量的平方成正比（N个联结能创造N^2的效益）。如果将机器联成一个网络，在网络上，每一个人都可以看到所有其他人的内容，100人每人能看到100人的内容，所以效率是10000。10000人的效率就是100000000！

4. 无限的能力与机会

网络和传统媒体最大的差别就是网络上的每一个用户之间都是平等的。他们拥有同样的创作和白手起家的机会。更重要的是，在网络上，每一个人都可以成为一个扩散信息的点。在美国，有很多人在网上完成了曾经对他们来说遥不可及的梦想。有一个学生，他嫌网上信息不好找，就做了一个目录，两年后，他成为身家十亿美元的创业者偶像——他就是雅虎的杨致远。

5. 良性循环带来收益递增

互联网的发展带来了许多新兴行业的“收益递增”，如做网上书店的Amazon和做网上拍卖的eBay。而且，互联网本身的发展也是一个“收益递增”的过程，也是在一个良性循环中形成的。由于有不断增长的互联网用户群，才有了足够的经济理由去开创更多的网上内容和服务；由于有不断增加的内容和网上服务，才有了足够的经济理由去投资建设基础设施，使得带宽更大，速度更快；因为有了更多的带宽，所以有了更多的上网设备。

6. “物以多为贵”

共享程度越高的东西越有价值。HTML、XML或Internet Explorer，如果只有一个用户使用，那么它们的价值就是零；只有更多人的认可和使用，一项技术的价值才能得到最大程度的体现。造成“多”的最好的方法就是符合“标准”。比如说火车和路轨，如果欧洲、亚洲甚至每一个国家都各自为政，制定不同规格的火车或路轨标准，就不会有今天贯穿欧亚的“大陆桥”。

7. 价格永恒降低

在网络经济中，有几个特殊的现象：边际成本趋近于零、无中间人的抽成、网上所有商品的价格透明、很容易货比三家、开公司的成本降低。前面曾提到“物以

多为贵"，越多人使用同一个产品或服务，它的价值才能越高，那么，为了让更多的人使用，很多很好的产品或服务开始降价甚至免费提供。大家耳熟能详的网络浏览器Internet Explorer、免费电子邮件服务等都是这一全新思维的具体体现。

8. 网络经济是消费者的天堂

网络经济是一个非常强大和健康的经济体系，因为它无情地打击低效率和浪费，自动地攻击不合理的利润与迫害性的垄断。在网络社会中，几乎不可能有长期的所谓"垄断者"。即使有垄断者，它也不会是一个有害于消费者利益的垄断者，因为它必须通过不断降价或提升服务品质，来避免自己已有客户的流失。

9. 不创新则灭亡

网络经济对消费者固然颇多眷顾，但对网络公司却是相当无情的。如果你幸运地取得了成功，你会发现周围立即出现多位竞争者！需要特别指出的是，创新的定义并不只是局限在技术层面，它包括每一次市场的创新、每一个商业模式的创新。

10. 适者生存

在旧经济时代，眼前的利润就是目标；在网络经济时代，如果因为眼前小利而忽略一场变革的来临，那么对你的公司来说将是灾难性的。因此，你应该不再只是被动地顺应变革，而是要预知，甚至促成变革的到来。美国著名企业家Lee Iacooca曾经说过："当一场变革到来的时候，你要么领先，要么跟随，要么就被踢出历史舞台。"

11. 快吃慢、新吃旧

从成立到拥有10亿美金的市场值，惠普公司用了47年时间，微软公司用了15年时间，雅虎用了2年时间，而NetZero却只用了9个月的时间！网络经济时代与传统时代不同，小公司可以战胜大公司；转型速度快的公司可以战胜转型速度慢的公司；新的公司可以战胜老牌的公司。没有一家公司可以永远立于不败之地。要得到成功，一定要以最快的速度、最有魄力的作风不断创新。

12. 最终必须获利

尽管网络革命是一次非常了不起的革命，但是，所有公司对股东最终的责任仍是获利。对于一家网络公司来说，股东们可以增加他们对获利的耐心，让公司从注意力开始做起，但是最终必须能够获取利润。对于这一点，华尔街直到2009年4月Nasdaq股市大跌时才开始理解。

13. 实虚必合

很多人原来认为网络公司与传统公司总是对立的，因为AOL（美国在线）曾挑战传统媒体，雅虎曾挑战传统载体，Amazon曾挑战传统书店。但我认为：现实的传统业务与虚拟的网络业务最终必将合并。

许多经济专家认为，支配全球经济重建的网络经济围绕以下几个轴线变化。

第一，网络经济中的财富来源于创新，而不是优化。也就是说，财富

不是通过对掌握的原有知识的完美组合，而是通过捕捉尚不完善的新知识获得的。

第二，培育新知识的理想环境是培养至高无上的灵活性和网络的敏捷性。

第三，对新事物的认同意味着抛弃原有的高度成功的东西，迅速去做还不完善的东西。

第四，随着网络经济中网站的不断增多，“发现——培养——抛弃”的循环过程会更快、更强。在未来的商场中，不再是大吃小，而是快吃慢。

天下没有免费的午餐
——消费篇



为什么餐厅会提供免费续杯服务？——消费心理

薇薇走在街上，正为晚饭吃什么而发愁，突然有两家餐厅映入眼帘。这两家餐厅从表面上看档次不相上下，环境都很好，唯一不同的是第一家餐厅的招牌上标示着：本店饮料免费续杯，而第二家餐厅的招牌上什么也没有。这时，薇薇毫不犹豫地进了第一家餐厅。

当薇薇走进提供饮料免费续杯服务的餐厅时，她不禁在想，为什么这家餐厅会提供饮料免费续杯的服务呢？它提供这种服务的目的真的是为消费者着想，将消费者当做上帝吗？

一些购买行为，如冲动性购买行为、炫耀性消费或消费攀比，就是消费心理在行为过程中的一些外化。

消费者的消费特征主要包括消费兴趣、消费习惯、价值观、性格、气质等方面。消费者的心理过程是消费者心理特征的动态化表现，包括产生需要、形成动机、搜集商品信息、做好购买准备、选择商品、使用商品、对商品信用的评价与反馈。例如，对于一个喜欢数码产品的人来说，数码产品具有很强的吸引力，他会对数码产品产生兴趣和需要，并形成购买动机。继而就要寻找有关商店和数码产品的信息，确定购买哪个牌子的数码产品，并且在使用之后对数码产品会有一个消费评价，如果感到满意下次还会购买同类产品，从而形成一定的购买习惯和对某一品牌的忠诚度。

乔治•伯恩斯曾讲过一位企业主的趣事，此人说，他每卖一样东西都亏不少钱，全靠量走得大赚回来。当然了，真靠这种做法，任何企业都维持不长久。所以，饮料免费续杯就成了餐馆促进消费者消费的一种营销方式。

大多数企业都想发展，都想维持经营，企业用不着对每一件货品都索取高于其成本的费用。相反，企业只需要使总收入等于或超过所卖货品的总成本即可。所以，如果主菜、甜点和其他物品已经包含了足够的利润率，那么，餐厅当然可以提供免费续杯服务了。

但为什么餐厅会想要提供免费续杯服务呢？从餐厅的角度来看，这种做法能为餐厅带来更多的顾客，能增加餐厅的营业额。随着就餐顾客人数的增长，为顾客提供服务的平均成本就会下降。这也就是说，餐厅提供膳食的平均成本，比一顿膳食的边际成本要高。由于餐厅为每顿膳食索取的费用，都要高于该顿膳食的边际成本，因此，只要能吸引到额外的主顾，餐厅的利润就可以增加。

现在，让我们推想一下最初的情况：所有的餐厅都不提供免费续杯服务。假设此时有一家餐厅开始这么做，情况会怎样呢？在该餐厅享受到了免费续杯服务的就餐者，会觉得做了一笔划算的交易，就会向周围的朋友推荐。随着口碑流传开来，会有更多的顾客前来光顾。虽然续杯服务会增加一定的成本，但这部分成本相当低。而消费者在得到免费的饮料后，也满足了他的消费心理。

要使这一做法获得成功，餐厅在多卖出的膳食上所获取的利润，必须超过免费续杯的成本。而由于餐厅在多卖出的膳食上的利润率极有可能超过它为免费续杯所承担的成本，因此餐厅的整体利润就会出现增长。

由于有了免费续杯服务，消费者在就餐过程中，获得了比以前更多的净利，他们现在一文不花，就获得了从前要几元钱才能买到的续杯服务。消费者在就餐过程中得到了更多的实际利益，他们就愿意再次来消费，从而对这家餐厅产生消费兴趣，如果有更多的人对这家餐厅产生消费兴趣，那么它的顾客就会不断增加，餐厅就会在经营中不断地盈利。它也就会为顾客提供更好的服务。这样最终形成食客和餐厅双方都等到实际利益的良性循环。这就是餐厅为赢取消费者心理而采用的精明的经营模式。

另外，消费心理的形成，还会受到消费环境、购物场所、导购情况等多方面因素的影响。例如，一个轻松舒适的消费环境和热情周到的导购小姐会在很大程度上改变消费者的购物心情。

黄金周时，A先生陪朋友B先生上了一次天安门城楼。他上一次登上天安门城楼是20世纪80年代末的事了，20年过后，城楼与以前相比没什么大的变化，只是多了一处出售“天安门城楼游览证书”的柜台，出于某种好奇心，他特别留意了这个“新事物”。只见柜台上摆放着几台计算机，还有专用的打印机和相关设备，证书是早已准备好的（只要打印上游客的名字和日期即可），做得特别精美，分了好几页，其中印有天安门的图片以及简介，证书封面是暗红色的，正中有一行金色的大字“天安门城楼游览证书”，证书外面还有个白色外套，整体看起来就像是现在的大学录取通知书。证书内文正中的文字是“（打印游客姓名）同志，登上天安门城楼游览，特此证明。×年×月×日”。游人若想购买证书，只要交10元钱并登记自己的姓名，工作人员在两分钟内就能把证书办好。朋友B先生来自偏远地方，难得有机会来到北京，他憨厚地说道：“以前总是在电视上看到国家领导人在天安门城楼上特别威风，今天我来了，也有一种‘君临天下’的感觉。一定要办个证书留做纪念，好让别人知道我上过天安门城楼，回去也好向他们炫耀炫耀。”于是，他便掏了10元钱，办了张天安门城楼游览证书。

很多时候，我们买一样东西，看中的并不完全是它的使用价值，而是希望通过这样东西显示自己的财富、地位或其他方面的优势，所以，有些东西往往是越贵越

有人追捧，如一辆高档轿车、一部昂贵的手机、一栋超大的房子、一场高尔夫球、一顿天价年夜饭，等等。

购买心理取决于消费者的物质与精神需要、文化修养、社会地位等因素，但消费者作为社会中的人，其嗜好与社会消费习俗密切相关。消费习俗作为社会习俗的一部分取决于一个社会的文化历史传统与经济发展水平。



为什么不同的人有不同的选择？——消费者偏好

有几个秀才在谈论苏东坡。

一个说："我喜欢东坡的诗。"

一个说："我喜欢东坡的赋。"

这时来了一个屠夫，说："我也最爱东坡。"

那两个秀才听了说："你一个杀猪的，爱上先生的哪一点呢？"

屠夫答道："我最爱东坡肉。"

虽然是一个笑话，但从中也可以发现每一个人偏爱的东西是不一样的。

消费者偏好是指消费者根据自己的需要，对可能消费的商品进行的排列。"萝卜青菜各有所爱"，消费者在选择商品时偏好各不相同。不同的人在相同收入、相同价格条件下会购买不同的商品组合，这是因为他们的偏好各不相同。例如，有A和B两个商品组合，A由3个香蕉和5个苹果组成，B由4个香蕉和4个苹果组成。消费者应该能够判断：或者A组合比B组合好，或者B组合比A组合好，或者A组合与B组合相同。不同的消费者有不同的选择，但无论选择的结果如何，每个人都能做出判断。

对于产品制造商来讲，消费者偏好是消费心理效果中的一个重要概念，是消费者接受广告信息而对某特定品牌的可接受程度。西方经济学理论在谈到"消费者偏好"时指出，企业目的是通过提供该商品品牌的一些信息，影响人们的嗜好，从而影响对该商品品牌的需求。商业广告作为一种信息传播活动，不应该仅限于广告作品中所提供的产品信息，而应该达到商业广告传播的心理影响的效果，即形成"消费者偏好"。

市场供给的丰富使得消费者通过选择来满足对产品非功能性因素的偏好。从而使过去"人人差不多，家家差不多"的同质消费、模仿性消费状态变得更加带有个性化色彩和文化气息，这在西方称为"软消费"。广告业跟踪目标消费者群体心理需求因素的发展变化，并针对其"偏好"进行相应的广告创作，生产产品"附加价值"而建立稳固的"偏好"关系。这样的创作空间远远大于产品的功能性因素。许多世界著名品牌的成功就是有力的佐证，例如，ZARA、麦当劳、IBM等都是通过走出一条与其目标消费者群共同成长的品牌之路而获得成功的。



牛羊肉涨价了就多吃猪肉——替代效应

在一家小型超市里，店老板在教新来的小伙计做买卖的窍门："要知道，不能因为店里没有客人需要的商品，就白白地让客人空手而回。精明的商人找到替代品出售给客人。"

后来总算有一次，小伙计在看店时，进来一个客人。"我要买卫生纸。""不好意思，刚刚卖完了。"此时，小伙计想起了老板对他说的话，于是就赶紧说："先生，卫生纸是刚卖完了……可是，上等的砂纸要吗？"

看到这里，你也许会忍俊不禁。但大笑之余，我们应该注意到一个经济学中的术语，即替代品。在商品中，替代品与互补品是具有一定"血缘"关系的商品组合。在经济学中，它们是企业定价的参照法宝。替代品与互补品是由需求交叉弹性理论引发出来的两类产品，它们与需求交叉弹性一起在企业策略中有着广泛而普遍的应用。

通常，对于消费者而言，往往不止一种商品可以满足其需求，某种商品价格的变动，不仅仅影响此种商品的需求量，还会影响和它相关的其他商品的需求量与价格。相反，某种商品需求量的变动，不仅会影响其自身的价格，还会对与它有关的别的商品的价格及需求量产生影响。也就是说，商品间存在一种交叉关系，依据这种关系，消费者可以利用相关商品的不同组合来进行合理的消费，从而实现最大的效用。

商品自身性质的不同决定了它们之间可以存在替代性、互补性以及无关性。替代性指的是两种商品在效用上相似并可以互相替代，消费者可以通过它们的组合来满足同种需要，并且可以通过增加一种商品的消费而减少另外一种商品的消费来保持商品组合的效用不变。比如肥皂与洗衣粉、牛肉与猪肉等，它们之间都是互相替代的关系。互补指的是两种商品在效用上是相互补充的，它们必须结合起来使用才能够满足消费者的需求，这种需求也叫联合需求。比如钢笔和墨水、眼镜与眼镜盒等，它们之间的关系是互相补充，它们必须联合起来使用才能够起作用。

在经济学中，替代品是指具有相同或相近的功用、可以满足消费者的同一种需要的两种商品。在这里我们要注意的是，这两种商品可以满足消费者的同一种需要。例如，因为2008年上半年油价不断上涨，所以某些城市就价格相对较低的乙醇汽油代替了普通汽油，并开发新能源汽车，以电动汽车来代替燃油汽车。再如，去某地时汽车与飞机就互为替代品，假设某地到某地的汽车票价为200元，若机票价格降到了190元，这时本来打算坐汽车的人就很可能会改乘飞机。这些例子都说明在替代品中，一种商品的价格上涨，它的需求量就会减少，而价格不变或涨价的替代品的需求量便会上升。相反，一种商品的价格下降，它的需求量就会增加，而价格不

变或降价的替代品的需求量便会下降。

替代效应在生活中非常普遍。我们平时使用的生活用品，大多是可以相互替代的。我们可以根据其价格的变化情况，从经济实惠的原则出发，实现最大效益。鸡蛋贵了多吃白菜，大米贵了多吃面食；买不起真名牌，用仿名牌来替代，也能让我们的心理产生极大的满足。有时替代效应也与价格无关，比如发生禽流感以后，鸡蛋和鸡肉就很少有人买，而用猪肉等来替代。一般来说，替代品越少的物品，价格就越高昂。产品的技术含量越高其价格就越高，因为高技术产品只有采用高技术才能完成，例如，手机必须由手机生产商才能生产，而馒头谁家都会做，所以馒头价格极低。艺术品价格高昂，因为艺术品是一种个性化极强的物品，几乎找不到替代品。凡·高的名画《向日葵》只有一幅，所以珍贵异常，价值连城。

替代品是满足消费者同一种需要而不必同时使用的商品，而互补品是共同满足消费者的需要，并必须同时使用的两种商品，缺一不可。汽车销量的增加造成汽油销量的增加，油价上升造成汽车销量下降，因为汽车和汽油是互补品。也就是说，一种商品价格的上升不但令其需求量减少，也使其互补品的需求量减少；反之，一种商品的价格下降，需求量增加，也会增加其互补品的需求量。

替代效应在人们日常生活中无处不在，无时无刻不在商品供需和商家竞争中起着巨大的作用。因此，我们在社会生活中要充分认识这种效应，并利用这种效应。



食盐和汽车有什么不同？——需求弹性

当汽车涨价的时候，我们不想买汽车，但食盐涨价的时候，我们必须还得买食盐，这是生活中的常识，可这是什么原因造成的呢？

为什么有的东西一提价，需求量就会减少，而有的东西价格对需求没什么影响。可能有人会说，食盐我们必须得吃啊，但汽车我们就未必一定需要了，没汽车的时候，还可以坐公交车嘛。

说得好，食盐是生活必需品，而汽车却不属于必需品。我们可以没有汽车，但不能没有食盐。

经济学上把这种现象称为“需求弹性”。需求弹性是指，商品价格变动对需求量的影响程度，当价格变化对需求影响较大时候，叫做价格需求弹性高，当价格对需求量影响较小的时候，叫做价格需求弹性低。一般而言，需求弹性高的商品，价格稍微上涨，需求量会明显下降；需求弹性低的商品，不管价格如何变动，需求量都不会明显下降。需求弹性越低的商品，可替代性越差，需求弹性越高的商品，可替代性越强。比如猪肉和牛肉，当猪肉价格上涨的时候，我们肯定会去买牛肉。

决定某种物品需求弹性大小的因素有很多，一般来说有以下几种。

(1) 消费者对某种商品的需求程度。生活必需品如食盐、蔬菜等，其需求弹性小，而奢侈品的需求弹性大。

(2) 商品的可替代程度。如果一种商品有大量的替代品则该商品的需求弹性大，如饮料；反之则需求弹性小，如食用油。

(3) 商品本身用途的广泛性。一种商品用途越广，如水电，则其需求弹性就越大；反之，一种商品用途越窄，如鞋油，其需求弹性就越小。

(4) 商品使用时间的长短。使用时间长的耐用品，如电视、汽车的需求弹性大，而晚报等易抛品商品的需求弹性小。

(5) 商品在家庭支出中所占的比例。在家庭支出中所占比例小的商品，如筷子、牙签等，其需求弹性小，而电视、汽车等商品在家庭支出中所占的比例大，因此需求弹性也大。

除了上述决定物品需求弹性大小的因素外，还需要考虑收入需求弹性，就是收入的变化对需求量的影响。当一个人收入提升的时候，他对商品的需求量会上升，反之，则会下降。一般而言，收入提升的时候，我们对奢侈品的需求会相对多些，当收入降低的时候，对奢侈品的需求会相对减少，但对生活必需品的需求，无论收入降低还是提升都不会有什么变化。比如我们收入增加的时候，就开始计划是不是应该给家里添个冰箱或再买个电脑，这些都不是必然需要的，据收入情况而定，可有可无，可是我们即使失业了，生活收入来源没有了，我们宁可借钱也得消费粮食和蔬菜。

因为有需求弹性，所以我们的消费就受到了制约，我们对于那些生活必需的东西无可奈何，即使涨价也得去购买，例如，从2008年开始世界都在闹“粮荒”，粮食的价格猛涨，但人们又不得不消费，有的国家粮食价格贵得惊人，人们消费不起，于是引起了社会骚乱。在2008年的时候，我国国内的粮食价格跟香港相比要低得多，导致很多不法分子走私粮食获利。

所以我们国家对生活必需品的价格是受政府控制的，因为它的价格对需求是缺乏弹性的，一旦被市场操控，出现大规模涨价现象对人们生活的影响必然是巨大的。

烟草、粮食、食盐都是民生必需品，必须交由国家掌控，因此，无论世界的粮价如何波动，对我们的影响都不大，因为国家会给粮食价格以补贴。

需求弹性对企业营销的影响很大，所以企业一般会根据自己的产品特点对商品的价格进行提价或降价。例如，生产饮料的企业，对价格的调整就要非常谨慎。因为饮料的需求弹性很大。类似的饮料（如各种碳酸饮料或各种果汁）除非做特别的品牌包装促销，不然价格不会相差太多，如果某饮料突然涨价，就会让顾客转而购买其他品牌的类似饮料，顾客迅速流失。这种取代性商品众多、需求弹性很大的商品，价格调高将会导致销量迅速降低。

如果商品需求弹性很小，企业提高价格，需求量减少得不多，收入会升高；反

之，降低价格，收入就会降低。如果商品富于弹性，企业提高价格，需求量减少很多，收入会降低；反之，降低价格，收入就会增加。因此，企业制定价格时必须考虑到商品的价格弹性，弹性低不妨提高价格，弹性高就略微降低价格。

需求弹性的估算非常困难，但如果能计算准确必定能赚得盆满钵满。因为需求弹性是因人而异的，比如DVD并非生活必需品，按理来说价格弹性比较高，但有人视电影如命，价格再高也照买不误，这种人多了DVD的价格弹性就降低了。

对普通消费者而言，要认清哪些是需求弹性高的商品，哪些是需求弹性低的商品，要根据自己的实际收入，对消费结构做出调整。但需求弹性只能从商品大类上笼统概言之，具体到每一种商品，其需求弹性是不好判断的。我们应明白其思维理念，在现实生活中根据实际情况做出相应判断。不管是消费还是做生意，判断一个产品的需求弹性都是有必要的，尤其是做生意，判断出需求弹性，适时进货，对盈利来说是必不可少的。



为什么对打折如此热衷？——消费者剩余

“消费者剩余”的概念是马歇尔在他的《经济学原理》一书中首次提出来的。他说：“一个人对一物所付的价格，绝不会超过，而且也很少达到他宁愿支付而不愿得不到此物的价格。”人们希望以一个期望的价格购买某商品，如果人们在消费时实际花费的金钱比预期的低，人们就会从购物中获得乐趣；相反，如果商品的价格高于他的预期价格，他就会放弃购买行为。他因为购买商品的实际支出低于预期价格而得到满足；同样，当某商品的价格高于他的预期时，他就不会购买，他因此也会获得一种满足，他会想，我虽然没有得到该商品，但是我也没有失去金钱。

由此我们可以看出，商家为什么会大力让价促销，会打九折，打八折，甚至打五折、打四折了。他们无非是想让顾客在心理上获得一点满足而已。消费者剩余并不会给顾客带来实际的收益。

在很多时候，我们会发现同样的东西，从高档购物中心里以七折、八折的“优惠价格”花上千元买来，而在一般的商铺里价格却只有二三百元。这是因为你被打折的手法诱惑了，你只获得了过多的消费者剩余——心理的满足，而付出了自己的真金白银。

做生意的人很会利用提高顾客的消费者剩余来促成交易。而对于消费者来说，则可以利用消费者剩余理论进行杀价。

有一天，王先生到一个做服装生意的朋友那里去聊天。一个顾客看好了一套服装，服装的标价是1000元。顾客说：“你便宜点吧，600元我就

买！”朋友说：“你太狠了吧，再加80元！而且也图个吉利！”顾客说：“不行，就600元！”随后，他们又进行了一番讨价还价，最终朋友说：“好吧，就630元！”

顾客去交款了，但是不一会儿又回来了。她有些不好意思地说：“算了，我不能买了，我带的钱不够！”朋友又说：“有多少？”顾客说：“把零钱全算上也就只有400元了。”朋友难为情地说：“那太少了，哪怕给我凑一个整数呢？”顾客说：“不是我不想买，的确是钱不够了！”最后，朋友似乎下了狠心，说：“就400元钱给你吧，算是给我开张了，说实在的，一分钱没有挣你的！”顾客满脸堆笑，兴高采烈地走了。

看着顾客远去的背影，朋友告诉王先生：“这件衣服是160元从广州进的货。”王先生听后哈哈大笑：“真是无商不奸啊，可是你也太狠了些吧？”

朋友说：“这你就是外行了，现在都时兴讲价，顾客讨价，我还价这很正常，你要给顾客留出来讨价还价的空间，要让顾客在心理上获得一种满足！其实这件衣服我300元就卖，到换季的时候我成本价都往外抛。”

王先生的朋友是一个精明的生意人。他懂得通过讨价还价让顾客在心理上获得一种满足。而在这个事例中，顾客获得的“消费者剩余”为230元（630元—400元）。

消费者剩余可能为正数，也可能为负数。举例来说，假定甲消费者富有，愿意为平时回家支付的路费为260元，而实际支付的价格为200元，那么他就获得了60元的“消费者剩余”；而乙消费者贫穷，打算仅用200元回家过年，那么他的“消费者剩余”就为零。不管是哪一类型的消费者，在春运价格上涨20%后，其回家过年的路费均要上涨至240元，那么甲、乙两者的“消费者剩余”均会下降40元——甲的“消费者剩余”仅为20元，而乙的“消费者剩余”就降为负40元。

众所周知，商人都是追求利益最大化的，所以他们总是在经济生活中尽量获得更多的利益，即尽可能地剥夺消费者剩余。如你去服装店买衣服，看见一件毛衣标价380元，但实际上80元就能够买下来。为什么标价这么高呢？这是因为商家想把你的消费者剩余都赚去。这件衣服的成本不足80元，但是有人特别喜欢这件衣服，他们愿意出高于80元甚至远远高于80元的价格买下来，这里面就存在着消费者剩余。因此，当你看上某件衣服时，最好不要流露出满意的神色，否则你就要花费较多的钱买下这件衣服。对于那些没有购买经验的顾客来说，当他以较高的价格买下这件毛衣时，或许还以为自己占了个便宜呢，殊不知在他高高兴兴花费380元钱买下这件衣服时，商家也高高兴兴地发了一笔小财。

厂商为追求“生产者剩余”而抬高价格；消费者为获得“消费者剩余”而要买打折商品。如果卖方结盟抬高价格，买方观望后决定拒绝消费，商家就又会丢掉“消费者剩余”的赚取。卖方定低价，消费者决定购买商品，则有可能造成“消费者剩余”。只有消费者和商家合作才能既卖了商品赚了钱又使消费者感到了更大的满

足，这就是企业和消费者之间最大的默契。消费者把握好了就会得到实惠，商家把握好了就会成为企业竞争中的赢家。



为什么土豆的需求量随价格一起节节高攀？——吉芬难题

当非典型性肺炎来袭的时候，全体中国人都进入非常状态，准备为捍卫自己的身体健康大干一场。于是，人们像发疯了似地涌进药店和超市，寻找一切可以用来武装自己的东西。人们根据生活的经验，把板蓝根冲剂、棉纱口罩和食醋当成了抗击非典的主要武器，拼命抢购这些廉价的用品。在旺盛的需求面前，这三种商品的价格很快就节节攀升。有些地方进价几元钱的板蓝根冲剂可以卖到50元一包。医学专家们一再劝告人们，熏醋或喝板蓝根对预防非典型肺炎未必有效，戴口罩也要因情况而异。可是人们热情不减，仍然四处追逐这三样商品。在这个非常时期，板蓝根冲剂、口罩和食醋成了人们追捧的对象，也成了中国人亲身经历的“吉芬商品”。

买东西要挑便宜的，这是绝大多数家庭生活的重要准则。大家挣钱都不容易，什么东西涨价了，自然而然就会少买一些。如果有谁看见什么东西贵就拼命往家买，一定会被视为败家子，如果买回家的还净是些劣等商品，就更会被耻笑。可是在我们的经济社会中，却存在一些怪异的商品，与我们的日常观念恰恰相反，明明算不上什么好东西，它价格越高，需求量反而越大。这是就是经济学中常说的“吉芬难题”。

1845年，英国统计学家罗伯特·吉芬发现了一个奇怪的现象。这一年爱尔兰发生了灾荒，土豆价格大幅度上涨，按理说，爱尔兰人就应该少买点儿土豆。可是调查的结果与人们预测的完全相反，土豆的需求量随着价格一起节节攀高。这一现象被称为“吉芬难题”，因价格上升引起需求量增加的物品则称为“吉芬商品”。

如今，中国房地产也产生了“吉芬现象”。在房价不断上涨的今天，大部分民众都高呼买不起房，这里面甚至包括一些政府要员。但是抱怨归抱怨，房子终归还是要买的，于是形成了今天房价越涨，抢购者越多的局面，这与当年爱尔兰土豆价格上涨，需求量反而增加的现象正好“不谋而合”。

房子是一定要买的，但是大家不得不面临的一个事实是，大多数人的工资水平并不是很高，自己那点可怜的收入在高房价面前显得十分难堪。前两年政府每出台一项针对房地产的调控政策时，大部分人选择持币观望，期望房价稳定甚至下降，但是房价疯涨的事实让大多数人都绝望了。今年买大，明年只能买小；这个月买市区，下个月就要买郊县；今天房价1万，明天房价就是2万。那些收入有限，但是渴望房屋的购买者在房价面前彻底“崩溃”了，只能举手投降，赶紧买房，从而造成市场供不应求，越涨越买

的局面。

经济学术语在生活中其实不难理解。无论经济好还是不好，人总得生活，当经济不景气，收入下降时，原来买5元钱一斤的高档大米的人，可能转而去买2元钱一斤以下的中低价大米，这种需求刺激了中低价大米价格上涨。中低价大米的价格越是上涨，人们越恐慌，担心价格会继续上涨，反而会买更多的米囤积起来。于是就出现了价格上升，需求反而增加的“吉芬难题”。

与“土豆效应”异曲同工的是“口红效应”。20世纪20年代，美国经济出现大萧条，口红的销量反而直线上升。原来，当经济不好时，人们放弃了买房、买车等大宗消费计划，手中反而出现了一些闲钱，可以去消费像口红这样的”廉价的非必要之物"。一些商品会因人们的这种消费心理而受益，成为“经济寒冬”中的“热行业”。电影产业就被认为是“口红效应”的受益者。在经济大萧条时期，人们纷纷涌进电影院，以暂时逃避现实的痛苦，寻求心灵的慰藉与快乐。

2008年的世界性经济金融危机，给“口红”带来了市场。美国媒体称，口红、化妆品的销量持续攀升，美容美发、按摩等“放松消费”也人气高涨，这与其他大宗商品和奢侈品的低迷销量呈现出鲜明的对比。全球几大化妆品巨头的销售额证实了这一观点，其中包括法国欧莱雅公司、德国拜尔斯多尔夫股份公司以及日本资生堂公司等。欧莱雅公司2008年上半年销售额逆市增长5.3%，“口红效应”开始显现。而“口红效应”这一20世纪30年代提出的理论也在海外媒体上不断亮相。

“口红效应”只是眼下众多消费心态中的一种，它为文化产品的快速走红创造了一定的可能性。对文化娱乐消费品来说，除了“口红效应”，“内容为王、服务至上”才是始终不变的铁律。经济不景气的时候，生活压力会增加，沉重的生活总是需要轻松的东西来放松一下，所以电影、KTV等娱乐市场消费不是很贵的生意会比较好。



为什么“天价”大米依然畅销？——凡勃伦效应

2007年7月26日，从日本进口的两种品牌大米——“越光”和“一见钟情”，在北京太平洋百货开卖。这两种大米均为两公斤的包装，售价分别是198元和188元，比国内普通大米的价格高出20倍！但是，这两种大米依然受到消费者的追捧，不到20天的时间里，12吨“天价大米”竟然销售一空！这种现象被称为“凡勃伦效应”。

美国经济学家凡勃伦提出凡勃伦效应：商品价格定得越高越能畅销。它是指消费者对一种商品需求的程度因其标价较高而非较低而增加。它反映了人们进行挥霍

性消费的心理愿望。

款式、材质差不多的一双皮鞋，在普通的鞋店卖50元，进入大商场的柜台，就要卖到几百元，却总有人愿意买。1.66万元的眼镜架、6.88万元的纪念表、168万元的顶级钢琴，这些近乎“天价”的商品，往往备受追捧。

有一天，一位大师为了启发他的学徒，给了他一块很大、很美丽的石头，叫他去蔬菜市场试着卖掉它。但是师父说：“不要卖掉它，只是试着卖掉它。注意观察，多问一些人，然后回来告诉我在蔬菜市场它能卖多少钱。”于是，学徒就去了菜市场。许多人看着石头想：它可以当做很好的小摆件，也可以给孩子玩，或者我们可以把它当做称菜用的秤砣。于是他们出了价，但只不过几枚硬币。那个人回来。他说：“它最多只能卖几枚硬币。”师父说：“现在你去黄金市场，问问那儿的人，但是不要卖掉它，只问问价。”从黄金市场回来，这位学徒很高兴，说：“这些人太棒了，他们乐意出到1000块钱。”

师父说：“现在你去珠宝市场那儿，低于50万不要卖掉。”这位学徒去了珠宝市场，他简直不敢相信，他们竟然乐意出5万块钱，他不愿意卖，他们继续抬高价格——他们出到10万。但是这个学徒说：“这个价钱我不打算卖掉它。”他们说：“我们出20万、30万！”这位学徒说：“这样的价钱我还是不能卖，我只是问问价。”虽然他觉得不可思议：“这些人疯了！”尽管他自己觉得蔬菜市场的价已经足够了，但是没有表现出来。最后，他以50万的价格把这块石头卖掉了。

在这个故事里，师父要告诉学徒的是关于实现人生价值的道理，但是学徒出售石头的过程中，却反映出一个经济规律——凡勃伦效应。

其实，消费者购买这类商品的目的并不仅仅是为了获得直接的物质满足和享受，更多的是追求心理上的满足。这就出现了一种奇特的经济现象，即一些商品价格定得越高，反而越能受到消费者的青睐。凡勃伦效应反映了人们进行挥霍性消费的心理愿望。

随着经济的发展，人们的消费习惯随着收入的增加，而逐步由追求数量和质量过渡到追求品味。了解了“凡勃伦效应”，对于企业制定经营战略有很大的帮助。比如凭借媒体的宣传，将自己的形象转化为商品或服务上的声誉，使商品附带上一种高层次的形象，给人以“名贵”和“超凡脱俗”的印象，从而加强消费者对本企业商品的好感。



为什么会出现8分钱的机票？——价格歧视

一个聪明的中国留学生小朱在欧洲旅行时，准备从巴黎乘飞机飞回伦

敦。如果按正常航班来买票，票价是181英镑，这对不太富裕的小朱来说显然有点贵了。于是他仔细搜寻报纸信息，希望能买到最便宜的机票。结果他做到了。你猜最后机票价格是多少？他仅用了6.3英镑！但这还不最便宜的机票，有一次他从比利时飞回伦敦，竟然只花了0.01欧元，合人民币还不到1毛钱！

为什么欧洲的机票能这么便宜？这就要提到一个不容忽视的经济学现象——价格歧视。

超级市场里，顾客出示会员卡或积分券，便能买到便宜货；提前半年通过旅行社预订的机票价格，与即买即走的机票价格相比，可以相差好几倍；中国的茅台酒销到越南，竟然比在中国本土的售价还要低廉；餐厅里同样的一桌饭菜，如果客人是近期曾经光顾过的，就可以打个八折；两个学生成绩相当，但贫穷学生却可以得到助学金，实际上相当于交了较低的学费……

所谓价格歧视，实质上是一种价格差异，通常是指商品或服务的提供者向不同的接受者提供相同等级、相同质量的商品或服务时，实行不同的销售价格或收费标准。价格歧视是一种重要的垄断定价行为，是垄断企业透过差别价格来获取超额利润的一种定价策略，它有利于垄断企业获取更多的利润。如果能以较高的价格把商品卖出去，生产者就可以多赚一些钱，因此应尽量把商品价格定得高些。但如果把商品价格定得太高，又会赶走许多支付能力较低、需求弹性较大的消费者，从而导致生产者利润的减少。采取一种两全其美的方法，既以较高的商品价格赚得富人和需求比较高的人的钱，又以较低的价格把穷人和需求不是很高的人的钱也赚过来，这就是其目的，也是"价格歧视"产生的根本动因。

商务旅行的票价总要比一般旅行的票价高，因为航空公司对于时间要求比较紧的商务顾客收取100%的票价，而对提前订票的时间弹性比较大的顾客采取打折售价的销售方式。"当某人愿付400美元时你不会以69美元卖给他一个座位。与此同时，航空公司也是愿意以69美元卖掉一个座位而不让它空着的。"美国航空公司的一位副总裁道出了价格歧视策略的意义。

只要有可能，商家就要实行"价格歧视"的定价策略。每一个消费者都有不同的需求价格弹性，只要商家能够在市场上将他们有效地分割开来实行价格歧视，就可以"捕获"更多的顾客，把能够支付高价的顾客与只能支付低价的顾客一网打尽，获取最大可能的利润。

在定价策略上，很多大企业做得相当好，我们可以看到一般的大企业都会有多个品牌，形成品牌群，利用不同品牌的不同顾客群，针对不同档次的消费者定出不同的价位，从而获得最大利润。这里实行的多品牌策略就是一个典型的多级价格歧视策略，五粮液公司和宝洁公司经常使用这种策略。

价格歧视策略不限于上面所说的形式，只要符合价格歧视的一般条件，即产品

个性化、有差异，就可以运用价格歧视策略，差别化是运用歧视策略的主要特征。下面是企业针对差异化运用价格歧视策略的典型例子。

同样服务的时间段上的价格差异，是指对商品按不同时间段定价。例如，某网球馆在周一至周五的上午8：00—10：00为早练时段，按照5元/小时收费；10：00－19：00为休闲时段，按照8元/小时收费；19：00以后以及周末为娱乐时段，按照15元/小时收费。电影院日场电影票和夜场电影票的差别以及供电局的电费在夜晚和白天的差别、冬季和夏季的差别，都是利用时间段差异化定价的典型例子。

利用代金券或优惠券可以实现特殊群体的差异化歧视。优惠券可以人为地制定群体差异化。例如，一家礼品公司为学生送出优惠券，并规定该优惠券与学生证一起使用才有效，每张优惠券可以提供七折的优惠。这样就把学生群体与其他群体区分开来而实行歧视。又如，一家快餐公司在媒体广告中宣称，剪下广告中的优惠券，在购买时可以代替5元钱使用。该公司并没有直接降价5元钱，而是使用这种策略把顾客分成价格敏感型和不敏感型两组不同的消费群体，价格敏感型的顾客一般是学生或老人群体，会在购物时使用优惠券；而另一些人，如高级白领、私营企业主等对这些优惠不屑一顾，而按原价购买。如此做法，实际上对那些价格敏感型的顾客索取了相对于其他顾客较低的价格。

“价格歧视”的前提是市场分割。如果生产者不能分割市场，就只能实行同一种价格。如果生产者能够分割市场，区别顾客，而且分割的不同市场具有明显不同的支付能力和需求度，企业就可以对不同的群体实行不同的商品价格，尽最大的可能实现企业较高的商业利润。当然，商家能够这样做的前提是，能够对顾客加以准确的“识别”。因此，当一个独立行医的医生在家里给病人看病时总要问三问四，例如“你平时是不是经常出去吃饭呀?”“你经常锻炼身体吗?”、“是不是经常出去旅行?”不要以为他只是在关心你的饮食起居，其实他还在“窥探”你的经济实力，以便在报价的时候使他的“价格歧视”有所依据。

由此可见，了解价格歧视会使我们看清许多经济现象的本质，对我们的日常生活会有很大的帮助。



为什么只能前进，不能后退？——棘轮效应

商朝时，纣王登位之初，天下人都认为在这位精明国君的治理下，商朝的江山一定会坚如磐石。

有一天，纣王命人用象牙做了一双筷子，十分高兴地使用这双象牙筷子就餐。他的叔父箕子见了，劝他收藏起来，而纣王却满不在乎，满朝文

武大臣也不以为然，认为这是一件很平常的小事。

箕子为此忧心忡忡，有的大臣问他原因，箕子回答说："纣王用象牙做筷子，必定再也不会用土制的瓦罐盛汤装饭，肯定要改用犀牛角做成的杯子和美玉制成的饭碗；有了象牙筷、犀牛角杯和美玉碗，难道还会用它来吃粗茶淡饭和豆子煮的汤吗？大王的餐桌从此顿顿都要摆上美酒佳肴了；吃的是美酒佳肴，穿的自然要求绫罗绸缎，住的就要求富丽堂皇，还要大兴土木筑起楼台亭阁以便取乐了。对这样的后果我觉得不寒而栗。"

仅仅5年时间，箕子的预言就应验了，商纣王恣意骄奢，便断送了商汤绵延500年的江山。

箕子对纣王使用象牙筷子的评价，运用了现代经济学一种消费效应——棘轮效应。

棘轮效应又称制轮作用，是指人的消费习惯形成之后有不可逆性，即易于向上调整，而难于向下调整。尤其是在短期内消费是不可逆的，其习惯效应较大。这种习惯效应，使消费取决于相对收入，即相对于自己过去的高峰收入。

这一理论认为，对于消费者来说，增加消费容易，减少消费困难。因为一向过着高水平生活的人，即使实际收入降低，多半也不会马上因此降低消费水准，而会继续保持以前的消费水准。也就是说消费"指标"一旦上去了，便很难再降下来，就像"棘轮"一样，只能前进，不能后退。

宋代政治家和文学家司马光写给儿子司马康的一封家书《训俭示康》中写道"由俭入奢易，由奢入俭难"。这句话背后隐藏的其实就是棘轮效应。诚然，棘轮效应是出于人的一种本性，人生而有欲，"饥而欲食，寒而欲暖"，这是人与生俱来的欲望。

消费者这种不可逆的消费行为，在经济衰退、萧条和复苏时期有着巨大的能效，甚至能使经济重新达到繁荣。然而，从经济"过热"的形势来看，其负面作用不可小看。2005年2月份消费物价指数3.9%的涨幅、钢铁与石油的高价无不使我国各界关于通货膨胀的争论再起。在这种情况下，如果旅游市场进入旺季太早，价格持续走高，虽然会对我国旅游产业的发展有一定促进作用，但是另一方面更加重了我国物价指数不断攀高的危险。

在这种情况下，蒙受损失的只能是普通百姓。一方面，这促使了我国物价上涨得更快，通货膨胀的压力更大；另一方面，由于消费者的实际收入不变，物价上涨之后，其实际收入无疑减少了，而由于"棘轮效应"作祟，消费者此时并不会降低自己的消费支出。

在经济衰退时，尽管收入水平出现了较大的下降，但消费中普遍存在的这种棘轮效应，却会使得当期消费仅以较小的幅度下降，不会使繁荣时期所形成的消费增量完全减少。这在一定程度上会减缓了总需求的减少，降低了经济衰退的程度。

棘轮效应在经济衰退、萧条和复苏时期都会发生作用，直到经济再次达到繁荣，并超过前一次繁荣程度时，这种作用才会消失。可见，棘轮效应起到了自动稳定经济的作用。“棘轮效应”一词也用来描述其他类似的现象，如制度惯性、激励反作用等情况。



为什么物价下跌会刺激消费的增加？——庇古效应

如果人们手中所持有的货币以及其他金融资产的实际价值增加，就相当于一国的物价水平下跌，将导致财富增加。人们更加富裕，就会增加消费支出，因而会进一步增加消费品的生产和就业，促使经济体系重新恢复平衡。这就是“庇古效应”。

英国古典经济学家庇古于1943年提出了著名的庇古效应。它是宏观经济学中利率传导机制的一种，描述了消费、金融资产和物价水平之间的相互关系，具体是指物价水平的下降造成了金融资产实际价值的增加，从而产生的消费刺激作用。所以庇古效应又称“财富消费效应”。

庇古认为，价格和利率水平的变化，首先造成消费者的真实货币余额（或有价证券收益）的变化及其财富的变化，进而引起消费需求的变化。当物价水平上升时，消费者拥有的货币余额的实际价值就会降低，消费者发现自己的财富减少了。消费者为了维持自己的实际财富不变，只能相应地减少消费需求。反之，当物价下降时，消费者就会花掉这些“额外增加的财富”，从而增加消费需求。当利率水平上升时，消费者原来持有的有价证券的固定收益就会相对降低，现有财富的实际价值就会减少，因此消费者就会减少消费。反之，当利率水平下降时，消费者持有的有价证券的收益就会相应地上升，从而使消费增加。

庇古认为，在完全竞争的市场经济中，在现行工资率下，当劳动力的供给大于需求而出现失业的时候，货币工资将降低。工资成本的降低，将使物价水平下降。在名义货币余额不变的情况下，物价水平下降将会导致真实货币余额增加，从而持有货币（包括持有债券）的人的财富也会增加。这样，比以前更加富裕的人们就会增加他们的消费支出，由此促进整个社会生产和国民收入的增加。根据庇古的这一理论，在存在失业的情况下，工资的下降会促使物价水平不断下降，由此引致的消费需求的增加终究会实现充分就业。只要市场是完全竞争的，且工资和物价具有完全的弹性或伸缩性，那么当经济体系达到均衡状态时，必然就会实现充分就业。



为什么钻石比水值钱？——价值悖论

众所周知，可饮用的水，对于地球上的生物来说是多么的重要。人的生命离不开水；没有了水，人类就难以生存和繁衍生息，更不用说发展了；没有了水，地球将停止转动！所以，水的巨大作用是再怎么形容也不过分的。然而水的价值却是如此低廉。相比之下，钻石则是另一种情形。也许可以说，即使没有钻石，人类照样可以生存，人类社会基本上也依旧可以发展至今。从这个意义上说，钻石对人类社会甚至是可有可无的。然而，事实上，钻石的价值却是如此之高。

亚当•斯密在《国富论》中提出了价值悖论：没有什么能比水更有用，然而水很少能交换到任何东西。相反，钻石几乎没有任何使用价值，但却经常可以交换到大量的其他物品。经济学家萨缪尔森得出结论："许多生活必需品（如小麦）的市场价值很低，而许多奢侈品（如钻石）的使用价值很小，但市场价格很高，这就是价值悖论。"

"天价车位"是价值悖论最典型的应用案例。现在，某些地方出现了这样一个现象：买一辆车要花10万元，买一个车位却要花11万，甚至二三十万。车位价格的不合理膨胀，原因在于因职能部门规划不合理造成的价值背离。车辆的增长速度如果远远超出交通等配套设施的发展，必然就会带来一系列的社会问题。

不同的学者对于价值悖论有不同的解释。水可能是世界上最有用的东西了，但是水的价钱却很低。而钻石除了能向人炫耀外，没有什么其他的用途，但是钻石的价钱却相当高。因为水的用途虽然很大，但是世界上的水非常充足，远远超过了对它的需求；而钻石的用途虽然很小，但是钻石的数量非常有限，无法满足人们的需求。正如中国人常说的"物以稀为贵"。从"边际效用"来说，水的边际效用很小，所以价值很小；而钻石的边际效用很大，所以价值也很大。



玩也是一种消费文化——闲暇消费

著名经济学家于光远早就提出："玩是精神上的享受，这也是一种消费文化。……玩是人生基本需要之一，要玩得有文化，要有玩的文化，要研究玩的艺术，要掌握玩的技术，要发展玩的艺术。"

闲暇消费，是指人们在闲暇时间进行的各种消费活动。对于居民文教娱乐消费

服务支出，西方学者称为闲暇消费。逐步富裕的市民，在紧张的工作、学习之余，需要放松一下心情，调整一下心态。旅游消费、田园消费、娱乐消费、健康消费都是居民“享受生活”的方式，统称为“闲暇消费”。

闲暇时间，马克思称之为“自由时间”，是“使个人得到充分发展的时间”、“为个人发展充分的生产力，因而也为社会发展充分的生产力创造广阔余地”的时间。闲暇消费是一种更高层次的消费。著名未来学家约翰·托夫勒在《第四次浪潮》中把娱乐和旅游业称为第五次浪潮。娱乐和旅游消费就属于闲暇消费。在闲暇时间里，人们主要从事科学、艺术、社交等活动。近年来，一些西方学者提出，闲暇是“生活的艺术”，是“生活的极重要内容”，甚至是“生活的中心”；有人甚至认为，未来时代是新的闲暇时代。很明显，闲暇消费是社会消费的必然产物，是消费向高层次转变的标志。

“黄金周”这一具有中国特色的公共长假消费热潮已走过10个年头，这一休假制度的实施，对刺激消费，促进消费结构升级，加速产业结构调整，促进人们生活观念和生活方式的转变起到了非常积极的作用。“黄金周”的消费使人们在生产、生活等方面要求得到的服务与日俱增，为社会创造了许多新的就业岗位，如闲暇经济学家、旅游信息预报人员、闲暇陪同人员等，使得第三产业的范围进一步扩大。旅游、教育、培训、卫生、保健、娱乐、运动等都是“黄金周”消费中涌现的新热点。

明确的经济动机和显而易见的经济成效，使“黄金周”更多地被人作为经济语汇解读，各地在每个“黄金周”后必然发布的经济捷报，强化了人们对“黄金周”经济特性的认识。而事实上，“黄金周”的意义不止在于经济。在观察者眼中，“黄金周”凝聚了国家政权对人民群众的关心，顺应了人民群众增长的物质文化生活需要，更充分地实现了公民的休息权，而且人来人往也反映着政通人和、国泰民安的景象，提升了国家的国际地位。



为什么幸福总在减少？——边际效用递减规律

传说同治皇帝小时候曾经到宫外游玩。有一天，他在宫外看见有个小孩子拿着一种黄色的饼往嘴里塞。当时正好是傍晚，小皇帝饿得不行了，便向那个小孩要饼吃。小孩子分给了他一半，同治一拿到饼便狼吞虎咽地吃了，还咂砸嘴，觉得这真是世界上最美味的东西了，比宫里的山珍海味好吃得多。

事隔多年，等到同治登基之后，宫里的东西吃腻了，不知怎的忽然想起那一年在宫外吃过的美味来，便叫御膳房做这么一种“一面烙、一面蒸、

黄黄的、酥脆可口”的东西，御厨绞尽脑汁，弄了一些精美的点心过来，可是皇帝都觉得味同嚼蜡。他很奇怪地问起从小就伺候自己的老公公，怎么差不多的东西，现在却变味了呢？

老公公只好赔笑着说：“其实当年皇上吃的也不是什么世上稀有的东西，不过是普通百姓家日常吃的玉米面饼，只是当时皇上正饿着，所以吃起来格外香甜。这就是‘饿了糠如蜜，饱了蜜不甜’啊！”

在经济学中，效用是指商品满足人的欲望的能力，或者说是指消费者在消费商品时所感受到的满足程度。

一种商品对消费者是否具有效用，取决于消费者是否具有消费这种商品的欲望，以及这种商品是否具有满足消费者欲望的能力。效用这一概念是和人的欲望联系在一起的，效用是消费者对商品满足自己欲望的能力的一种主观心理评价。

边际效用是指消费者在一定时间内增加一单位商品的消费所得到的效用量的增量。关于边际效用，经济学中有一个著名的规律，即边际效用递减规律：一定时间内，在其他商品的消费数量保持不变的条件下，随着消费者对某种商品消费量的增加，消费者获得的边际效用是递减的。

美国总统罗斯福连任三届后，有名记者问他有何感想，总统一言不发，只是拿出一块三明治面包让记者吃，这位记者不明白总统的用意，又不好意思问，只好吃了。接着总统拿出第二块，记者还是勉强吃了。紧接着总统拿出第三块，记者为了不让自己太难受，赶紧婉言谢绝。这时罗斯福总统微微一笑：“现在你知道我连任三届总统的滋味了吧！”这个故事同样揭示了边际效用递减规律。

从经济学的角度来说，因为同治皇帝当时正饿着，需要有食物来充饥，所以玉米面饼就有了很大的效用；但是对于饱了的人来说，再多吃一口都是负担，根本就不会有满足感了，更何谈效用呢？

其实生活中也是如此，你正需要一种东西的时候，它正好送上门来，你就会欢天喜地。可是如果你根本就不需要某种东西，哪怕只有一点点送上门来，你也会觉得是负担了。比如有这样一个故事：

有一个人饿得饥肠辘辘，好不容易遇见一个卖馒头的，他很开心，便跑过去买来吃。吃第一个馒头的时候，他狼吞虎咽，觉得真是好吃啊，可是还不饱，于是开始吃第二个、第三个……直到吃到第六个馒头，他忽然吃不下了，拍拍肚子说：真奇怪，吃了五个馒头都不饱，还是第六个馒头顶用。早知道这样，一开始就吃第六个馒头好了！

这固然是一个笑话，不过这里面也有很深的哲理。第一个馒头对于饥肠辘辘的人来说，无异于救星，所以第一个馒头给他带来的满足感最大，第一个馒头的效用是最大的；吃第二个馒头时，他已经不像刚开始那么饿了，所以效用降低了一点。

第三个、第四个、第五个，效用都是逐渐降低的。等到吃第六个馒头的时候，如果他已经吃不下了，你还逼着他让他吃下去，那么无疑他会恨死这第六个馒头的，第六个馒头的效用就微乎其微了，甚至还不如不吃呢。故事中这个人却没有意识到这个道理，所以说了句蠢话。

生活中也是如此，有些东西的效用也在这样无可奈何地递减着，比如幸福。两人相识，从最初的相互欣赏，到长久的耳鬓厮磨，当初那种激情早已荡然无存了。有一个故事这样说道：

> 丈夫怀疑妻子有了外遇，但是妻子说她和那个人只是普通的朋友关系。丈夫很生气，便说："我看到你拍他肩膀时，他的身体抽搐了一下，当初第一次我们牵手时，我也是这样的"。妻子很惊讶，于是同意以后注意一下两个人的关系。可是过了一会儿，妻子忽然问丈夫："现在，我牵你的手时，你还会激动吗?"丈夫则很随意地回答了一句："拜托啊，我们结婚都十年了!"

事情就是这样的，从最开始的两情相悦、情人眼里出西施，到后来的慢慢习以为常，不再激动、不再浪漫，幸福的效用就在生活中慢慢地递减着，这也正是为什么人们总说日子越过越平淡、相爱容易相处难的道理。

幸福递减规律告诉我们，当我们处于较差的状态中时，一点微不足道的事情都有可能会带给我们极大的喜悦，而当我们所处的环境渐渐变好时，我们的需求、观念、欲望等都会发生变化，同样的事物不再能满足我们的需求，我们在其中再也找不到当初的幸福感了。

> 一个男青年虔诚地用草编成戒指，给心仪的女孩戴在手指上，两个人感觉这一刻就是人间的天堂。多年后，当他们步入中年，有钱有地位之后，丈夫再给妻子买多少钻戒都没有当初那份相依相知的柔情。
>
> 一个七十多岁的老奶奶，几年前随儿女去了美国，可是她却总怀念在国内"文革"的时候。那个年代，什么都稀缺，她一大清早就去菜市场排队，排两三个钟头，才能买到一条胖头鱼，回到家再分成三段，中间清蒸、鱼头做砂锅、鱼尾红烧，吃上几口鱼能让全家高兴上几个星期。可是到了美国之后，生活一天比一天好，可是她吃什么都没有了原来的味道。

那些曾经带来喜悦和满足的东西，它们本身的价值和作用并没有改变，只是因为时过境迁，我们的品味和需求都发生了变化，或者简单地说，我们早已习惯了这样的感受，于是不再把这种状态当做幸福了。

不过，任何事情都有相反的一面，边际效用递减规律也有意外。例如，嗜酒如命的人越喝越高兴。再如，集邮爱好者收藏一套"文革"邮票，这一套邮票中最后收集到的那张邮票的边际效应是最大的。

比如大家熟悉的"超级女生"节目，有一个场面是这样的：两个女生站在台上

由观众投票决定胜负，气氛很紧张，两位选手心理一上一下的，最终，15比15。还有最后一票！那个人投给谁谁便会能够继续参加比赛，而另一位便会被淘汰！在观众的叫声中，投票者缓缓地走向其中一位。

这个时候，这最后一票对于选手来说，效用肯定更大，她肯定会记得这个最后给自己投了一票的人，感谢他让自己获得了胜利。这就是边际效用递减规律的反例。



为什么越来越多的人成为“卡奴”？——过度消费

目前在中国台湾1100万经济人口（有收入或有收入能力者）中，约有70万“卡奴”，即每百名经济人口中约有6个人是“卡奴”。沉重的卡债压力，让许多“卡奴”成为社会不安定的隐患。“失业青年当街抢劫，只为3万元卡债”、“某女大学生欠卡债10多万，上吊自杀！”、“70多岁老父亲因儿子20多万元的卡债，被讨债公司逼得走投无路！”……这样的新闻近期屡屡见诸当地报端。近年来岛内一些银行为了冲刺消费金融业绩，极力鼓动民众使用信用卡，一些银行办卡甚至不必考察申请人的信用纪录、无需担保，毫不考虑办卡者是否有工作及是否有偿还能力。各类信用卡广告画出美丽的陷阱，加上各种赠品的诱惑，不断怂恿人们申办信用卡及刷卡借贷消费，结果造成一些民众过度消费、卡债缠身。“卡奴”人数激增以及由此衍生的各类问题，已经严重冲击了岛内社会稳定，各界为此纷纷指责当局在相关问题上的管理失当。社会舆论一再呼吁台湾当局早日拿出办法，解决日趋严重的“卡奴”问题。

过度消费是指超出一定界限，与经济发展水平不相适应的消费。过度消费的特点是：

(1) 超越了一个国家或地区现实的经济能力；

(2) 造成了财富的浪费，破坏了自然资源和生态环境；

(3) 满足了短时期的享受，却阻碍了经济的长期和持续发展，也不利于居民消费水平的渐进式提高。

过度消费虽然不会直接导致破产，但却是破产的根源。随着个人消费贷款的“火爆”，很多人通过银行贷款成了有房有车的都市一族，但他们的房、车不完全属于自己，因为还有多至30年的银行贷款需要支付。所以由于环境的变化，如工作更换、家庭离异或其他原因导致“负产阶级”们不能按时支付银行月供，那么破产也就很近了。



为什么市场上的二手车越来越少？——劣币驱逐良币

有一个二手车市场，里面的车虽然表面上看起来都一样，但其质量有很大的差别。卖主对自己车的质量很清楚，而买主则无从知道车的质量。假设汽车的质量由好到坏分布比较均匀，质量最好的车价格为50万元，买方会愿意出多少钱买一辆他不清楚质量的车呢？最正常的出价是25万。那么，卖方会怎么做呢？很明显，价格在25万元以上的“好车”的主人将不再在这个市场上出售他的车了。这样一来，就进入恶性循环状态，当买车的人发现有一半的车退出市场后，他们就会判断剩下的都是中等质量以下的车了，于是，买方的出价就会降到15万元，车主对此的反应是再次将质量高于15万元的车退出市场。以此类推，市场上的“好车”数量将越来越少，最终导致这个二手车市场的瓦解。

“劣币驱逐良币”是经济学中的一个著名定律。该定律是这样一种历史现象的归纳：在铸币时代，当那些低于法定重量或者成色的铸币——“劣币”进入流通领域之后，人们就倾向于将那些足值货币——“良币”收藏起来。最后，良币将被驱逐，市场上流通的就只剩下劣币了。

当事人的信息不对称是“劣币驱逐良币”现象存在的基础。因为如果交易双方对货币的成色或者真伪都十分了解，那么劣币持有者就很难将手中的劣币用出去，或者，即使能够用出去也只能按照劣币的“实际”价值而非“法定”价值与对方进行交易。

最先对这种现象加以理论概括的是英国人托马斯·格雷钦（1519—1579）。他是一个大商人、银行家和财政家，1551年任英国王室财政顾问和在安特卫普的金融代理人，1559年他上书女王伊丽莎白一世，建议收回成色不足的铸币加以重铸，以阻止良币流出国外。在奏书中他使用了“劣币驱逐良币”这一提法。后来英国经济学家亨利·麦克劳在他1858年出版的《政治经济学纲要》一书中最先称之为“格雷钦定律”，后为其他经济学家所沿用。

“格雷钦定律”将足值的铸币谓之“良币”，将磨损的、不足值的铸币谓之“劣币”。在所有上述场合，根据“格雷钦定律”，“良币”均会受到“劣币”的驱逐而退出市场，其实是被理性的消费者窖藏起来了。



欲望和享受有什么关系？——戈森定律

戈森定律是以德国经济学家戈森的名字命名的边际效用价值，其内容就是欲望与享受的相互关系及变化规律。戈森定律是现代“效用论”的基础。

戈森以功利主义原理为出发点，他认为，人希求终生享乐，并将提高享乐到最高可能程度视为人生之目的。他提出，各种享乐行为都具有下列一般特征。

> 假定我们连续不断地满足一种或相同的享乐，那么，享乐的数量（强度）会连续递减，直至最终达到饱和；假定我们反复地满足已有的享乐，也会出现享乐量（强度）减低的情形。不仅最初的享乐量（强度）越来越小，而且享乐的持续时间也变得更短暂了，终将使饱和更快地到来。此外，反复得越快，则最初的享乐量（强度）越小，享乐持续的时间也越短。这就是所谓的“欲望（效用）递减规律”，奥地利学派的著名代表维塞尔称之为“戈森定律”，后又被人称为“戈森第一定律”。
>
> 戈森进而提出，当享乐不止一个，而可供享乐的时间又不足以使各种享乐都达到饱和点时，为使享乐达到最大化，每个人必定会这样行事：
>
> 假如有人在几种享乐之间有选择自由而无充分享受的时间，则不论这几种享乐起初的绝对量如何不同，要取得最大的享乐总量，必须在他们之间依次消费其享乐量（个量）最大者，直到各种欲望的数量（个量）彼此相等为止。这就是“享乐均等定律”。

戈森还补充说，当流行的环境使人得以发现新的享乐，或者通过自身的改进或影响外部世界而使已知的享乐增加时，人就有可能增加他的总享乐量。

> 在原有欲望已被满足的情况下，要取得更多的享乐量，只有发现新享乐或扩充旧享乐。

戈森的上述享乐法则是其主观效用价值论、劳动日长度论和交换论的基础和前提。在他看来，外部世界对我们的价值恰在于它对我们的享乐量；劳动日长度决定于劳动给个人带来的痛苦与快乐的均衡点；交换比例亦取决于交换双方从交换物品中所获得的享乐的均衡。

戈森定律以及由此定律引申出的其他论点的根本缺陷，在于企图从孤独个体的消费心理或个人的劳动心理和交换行为中确立商品货币经济以及资本主义生产方式的经济运动法则，因此完全脱离了现实的社会生产关系和经济关系。



多少现金才能讨好你的女友？——货币需求

人们对货币有需求的原因是，货币是最具方便性、灵活性、流动性的资产。持有货币能满足人们对货币流动性的偏好。

假设你是一位正处于热恋中的小伙子，你很爱你的女友。有一天，你俩一起逛商场时，你那位漂亮的女朋友看上了一条项链。这条项链实在是价格不菲，买下它要花3000元！为了取悦自己的女友，你决定花血本为她买下这条项链。可是，不巧的是，你已经把钱都买了股票。这时，你就遇到了流动性短缺问题。为了不让你的女朋友失望，你有两种办法：第一，卖出部分债券或股票；第二，向亲朋好友借钱。在第一种情况下，卖出股票或债券要缴纳一定的佣金和印花税，如果你应了那句“情场得意、赌场失意”的话，卖出时的价格比买进时还要低，那么你就要遭受资本损失。在第二种情况下，如果借给你钱的那位朋友不够义气，乘机宰你一把，要求你支付3%的利息，那么你又要发生一笔支出了。虽然你的目的达到了，女朋友也很高兴，可是你心里难免会为承受的非流动性成本而闷闷不乐。

经过这样一次教训之后，你学精了。在与女朋友一起逛商场时，为了应付上述突发的货币支出，你决定随身带上6000元钱，够她买一两条项链的。但是这6000元在你的钱包里闲置了三个月后，你的女朋友才再次突发购买的欲望。如果银行的存款年利率为3%，在这三个月里你损失了45元的利息，你又遭遇了机会成本。虽然不多，但也足够你俩来回打车的钱。

看来在身上装的现金太少或太多都不好。现金少了，则存在非流动性成本；现金多了，则存在持有货币的机会成本。看来，保留多少现金在身边真是一项需要好好琢磨的经济问题。

货币需求是一种派生需求，派生于人们对商品的需求。货币是固定充当一般等价物的特定商品，具有流通手段、支付手段和贮藏手段等职能，能够满足商品生产和交换的需求，以及以货币形式持有财富的需求等。

居民、企业和单位持有的货币是执行流通手段和贮藏手段的。例如，居民用货币来购买商品或者支付服务费用，购买股票和债券，偿还债务，以货币形式保存财富等；企业以货币支付生产费用，支付股票、债券的息金，以货币形式持有资本等。

货币需求是指经济主体（如居民、企业和单位等）能够并愿意持有货币的行为。经济学意义上的需求指的是有效需求，不单纯是一种心理上的欲望，而是能力和愿望的统一体。人们对货币有需求的原因是货币是最具方便性、灵活性、流动性的资产。持有货币能满足人们对货币流动性的偏好。凯恩斯的货币流动性偏好理论认为，居民、企业等持有货币是出于不同的动机，它包括交易性动机、预防性动机和投机

性动机等。与此相对应，货币需求也可以分为交易性货币需求、预防性货币需求和投机性货币需求等。

交易性货币需求是居民和企业为了顺利进行交易活动而必须持有一定的货币量，对于个人来说就是购买基本生活用品所保留的现金。交易性货币需求是由收入水平决定的。

预防性货币需求是指为了应付意外的事件而形成的货币需求。例如，你一直想买一套时髦的沙发，在途经一家家具店时，恰好发现你想要的商品正在减价50%出售。此时，如果你存有预防性的货币，你肯定不会错失良机。

投机性货币需求是由于未来利息率的不确定，人们为了避免资本损失或增加资本利息，及时调整资产结构而形成的货币需求。

在日常生活中，我们首先要留足交易性货币和预防性货币，然后再拿剩下的钱去投资。否则，如果你把财富全盘投向股票，遇上不好的年景，你的基本生活就会受到威胁了。



消费就是做贡献？——节俭悖论

李女士是一家外企的高级管理人员，年薪很高，家庭生活富足。可是她却常常因两个人的花钱而烦恼不已，一个是她的父亲李大爷，另一个是她的儿子王小宝。这生气不是因为别的，而是因为父亲的过分节俭和儿子的过度消费。

李大爷是一个十分节俭的人，虽年近古稀，但勤俭的习惯却一直未改。为了节省电费，李大爷看电视时从来都不开灯，空调从装上到现在，如果不是李女士去开上一会儿的话，他自己是从来都舍不得开的。当李女士因此而说几句时，李大爷总是说："咱住在二楼这么阴凉，如果再开空调，浪费电不说，凉得也实在让人受不了。"为了防止蚊子咬他，李女士专门给父亲买了一盒蚊香让他记着晚上睡觉前点上。可李大爷总是说："不点也罢。过去在农村，有谁点蚊香？人瞌睡了自然就会睡着，这么大个人还在乎蚊子咬两口。"为了能免费理发，李大爷能从城西步行到城东找义务理发摊儿。为了省钱，李大爷不仅坚持自己蒸馒头，而且也很少买菜，常常是逛菜市场时顺便就拣上一些菜回来。李大爷过生日时，李女士说到饭店里去吃顿饭，可李大爷却说："还是在自己家吃实惠，割斤肉，擀点儿面，比去饭店吃强多了。"

与李大爷形成鲜明对比的是李女士的儿子王小宝。为了玩游戏，硬是

让他妈给他买了一台好电脑，游戏光盘一买就是好几盘儿。想弹吉他，他就让他妈给买了一把吉他，还专门请了老师教。到了夏天，王小宝是进门就开空调，冰箱里好点儿的冰糕都是为他准备的。早上他动不动就要去喝两三块钱一碗的羊肉汤。中午和晚上，饭桌上没有肉他是不会动筷子的。就这还不算，双休日王小宝还总要李女士带他去饭店里撮一顿。对此，李女士没少说儿子，可是王小宝却振振有词：“现在提倡消费，国家领导人都说要扩大内需，我们应该响应党的号召，为社会多做贡献。而且，以您和我爸的收入也不应该在乎这点支出吧。”

李女士非常矛盾，常因父亲过分的节俭而心疼地责怪他，但对儿子的过度消费虽然生气却又无可奈何。其实，李女士在这里就遇到了一个经济学问题——节俭悖论。

18世纪，荷兰的曼德维尔博士在《蜜蜂的寓言》一书中讲过一个有趣的故事。一群蜜蜂为了追求豪华的生活，大肆挥霍，结果这个蜂群很快兴旺发达起来。但是后来，由于这群蜜蜂改变了习惯，放弃了奢侈的生活，崇尚节俭，结果却导致了整个蜜蜂群体的衰败。

蜜蜂的故事说的就是“节俭的逻辑”，在经济学上叫做“节俭悖论”。在西方经济学说史上，节俭悖论使许多经济学家倍感困惑，但经济学家凯恩斯从中却看到了刺激消费和增加总需求对经济发展的积极作用，受此启发，他进一步论证了节俭悖论。

凯恩斯是20世纪最有影响的经济学家，对西方经济学做出了极大贡献，曾被誉为资本主义的“救星”、“战后繁荣之父”。“节俭悖论”就是他最早提出的一种理论，也称为“节约反论”、“节约的矛盾”。

节俭是一种美德，也是个人积累财富最常用的方式。如果某个家庭能勤俭持家，减少浪费，增加储蓄，那么这个家庭的生活会过得很富足。但是，根据凯恩斯的总需求决定国民收入的理论，节俭对于经济增长却并没有什么好处。

实际上，这里蕴涵着一个矛盾：公众节俭，降低消费，增加储蓄，往往会导致社会收入的减少。因为，收入通常有两种用途——消费和储蓄，而消费与储蓄呈反方向变动，即消费增加储蓄就会减少，消费减少储蓄就会增加。所以，储蓄与国民收入呈现反方向变动，储蓄增加国民收入就减少，储蓄减少国民收入就增加。根据这种观点，增加消费减少储蓄会通过增加总需求而引起国民收入增加，就会促进经济繁荣；反之，就会导致经济萧条。

由此可以看出：节制消费增加储蓄会增加个人财富，对个人是件好事，但由于会减少国民收入而引起萧条，因此对整个国民经济发展却是件坏事。

节俭悖论告诉我们：节俭减少了支出，迫使厂家削减产量，解雇工人，从而减少了收入，最终减少了储蓄。储蓄为个人致富铺平了道路、然而如

果整个国家加大储蓄，将使整个社会陷入萧条和贫困。也就是说，在资源没有得到充分运用、经济没有达到潜在产出的情况下，只有社会每个成员都尽可能多地消费，整个经济才能走出低谷，迈向更加充分就业、经济繁荣的阶段。

为什么传统的美德现代却成为罪恶？有两点我们必须要考虑，它有助于我们对此问题的理解。一是我们必须永远记住，在经济学中一加一不一定等于二。也就是说，对个人有益的事情不一定就对全体有益；在有些情况下，个人的精明可以使整个社会的愚笨。二是解决节俭悖论的这一现实，存在于经济是否处于萧条的水平这一问题之中。在一个传统的社会中，我们总是处在充分就业状态，因此，我们把国民产品用于当前消费的越多，可用于资本形成的产品就越少。如果产出可以假定总是处在其潜在水平，那么传统的节俭理论就是绝对正确的，即从个人和从社会角度来说都是正确的。也就是说，节俭悖论的存在，是有其社会经济发展的特定条件的，但并不是说任何时候都如此。

我们也应该注意：刺激国内消费是必需的，因为只有增加消费量，才能真正拉动经济的增长。但是，无论如何，消费都应该控制在自己的经济能力和经济条件的范围内，而不是盲目消费，甚至浪费！

看不见的手
——市场篇



不受干扰的市场机制——完全竞争

在阿拉斯加自然保护区里，人们为了保护鹿，采取各种办法消灭了狼。鹿没有了天敌，生活很是安逸，于是就大量繁衍，从而引起了一系列的生态问题：瘟疫在鹿群中蔓延，导致鹿群大量死亡。

后来，护养人员及时引进了狼，狼和鹿之间又展开了生死竞争。在狼的追赶下，鹿只能拼命奔跑以保全性命。这样一来，除了那些老弱病残者被狼捕食外，其他鹿的体质日益强壮，鹿群显得生机勃勃，又重新恢复了往日的灵秀。

完全竞争又称自由竞争，是指一个市场完全靠一只看不见的手，即价格来调节供求。完全竞争具备两个不可缺少的因素：商品是完全相同的，不存在产品差别；买者和卖者都很多且规模相当，以至于没有一个买者或卖者可以影响市场价格。

玉米市场就是一个典型的完全竞争市场，市场中存在无数出售玉米的农民和使用玉米以及玉米产品的消费者。由于没有一个买者或卖者能影响玉米价格，因此，每个人都只是价格的接受者，竞争地位平等。

完全竞争具备以下几个特点。

(1) 市场上有无数的买者和卖者；

(2) 同一种产品都是同质的，没有差别；

(3) 市场资源是完全自由流通的；

(4) 所有人都掌握着关于市场的全部信息。

既然市场上有大量的需求者和供给者，那么其中任何一个人买与不买，或卖与不卖，都不会对整个商品市场的价格产生影响；既然产品都是一样的，那么对消费者来说，购买任何一家厂商的商品都是一样的；既然信息是非常充分的，那么也就排除了由于信息不畅可能产生的市场同时存在几种价格的情况，价格只能有一种，否则顾客当然会去挑最便宜的商品。

在这样的完全竞争市场里，商品的价格将完全由市场供给和需求决定，并且，每一种商品都会在最后形成一种均衡价格，也就是当市场供需相等时的价格。

如果多逛逛农贸市场，你很快就会发现，作为生活中的常备食品，几乎家家户户都要提个袋子或篮子去买鸡蛋，而且，卖鸡蛋的摊位也很多。如果我们“想象”一下，就可以认为鸡蛋市场上有无数的买者和卖者。每个摊点的鸡蛋都大同小异，

只要不是碎的、坏的，一般没有人会去较真，硬要比较不同摊位的鸡蛋有什么区别，那就真成了“鸡蛋里挑骨头”了。所以，可以看做所有的鸡蛋完全同质。至于完全竞争市场的其他两个特征，我们可以看到买方和卖方都能自由选择进入或退出（也就是鸡蛋买卖完全自由），至于鸡蛋市场的信息，并没有多少值得掌握，所以也可以看做人们全部了解相关信息。在这个鸡蛋市场里，各个摊位的价格都一样，而且是由供需决定的均衡价格。通过鸡蛋市场，我们可以更形象地理解完全竞争市场。实际上，大多数农产品市场基本上都和完全竞争市场近似。

这里还有一个问题需要我们探讨，在完全竞争市场或者近似的市场里，因为同质同价，卖方究竟怎样才能赚取更多的利润呢？难道只能靠运气吗？的确，在这样的市场里，卖方完全受到市场支配，竞争激烈，在产品完全相同的情况下，卖方就不得不在降低成本上大做文章（如降低运费、减少开支等）。除此之外，卖主还要进行价格之外的营销竞争，比如要提供热情周到的服务、把鸡蛋装进盒子里便于顾客提携、给鸡蛋贴上商标等，都可以吸引更多的顾客。

在完全竞争的市场条件下，消费者和生产者都不会有什么不利，因为完全竞争的存在，迫使商品生产者竞相在降低成本、压低售价上做文章，可以使消费者按实际可以达到的最低价格来购买，而生产者按此价格出售也可获得正常利润。从社会的角度来看，完全竞争促使社会资源可以有效地分配到每一个部门、每一种商品的生产上，使之得到充分利用。生产效率低的企业在竞争中逐步被打败，就使得它的资金、劳力、设备等社会资源重新组合到生产效率高的企业中，这是社会的一种进步。因为竞争能够促进经济良性循环，刺激生产者的积极性，所以，要大力鼓励竞争，创造公平竞争的环境，这是建设社会主义市场经济体制的重要内容。

我们知道，现实中并不存在真正意义上的完全竞争和市场，但是就像伽利略的理想实验室一样，现实中能否实现并不重要，重要的是有了这种完全竞争市场的模型，并对之进行分析，我们就有了一把尺子，就可以很好地加深对非完全竞争市场的理解。



为什么中国人要交漫游费？——垄断

先说一个笑话：某移动通信部门的领导回到当年插队的地方看望老朋友，刚下车他就住进了镇里的一家招待所。经过一路的颠簸，领导身上汗津津的，他便想洗个热水澡。由于招待所条件有限，只有一个公用的澡堂。

领导刚到澡堂门口就被一个服务生拦住：“先生，您要洗澡的话请先交纳15元的初装费。我们将会为您安装一只喷头。”领导一愣，心想这招待所怎么这么黑！但碍于身份，领导没有发作。他交了钱刚想进去却又被服

务生拦住："先生，对不起，为了便于管理，我们的每个喷头都有编号，请您先交纳10元的选号费，选好的号码只供您一人使用。"领导有些火大，但还是交了钱选了"8"号。服务生又说："您选的是个吉利号码，按规定您还得交8元的特别号码附加费。""见鬼！"领导忍了又忍，说："那我改成4号。4号也不是什么吉利号码，总用不着交什么特别号码附加费了吧？"服务生说："4号是普通号码，当然不用交特别附加费，但您得交5元的改号费。"领导无奈，心想当年这里的民风是何等的淳朴，没想到如今为了赚钱竟如此巧立名目，真是世风日下啊！

领导交了钱后理直气壮地问："这下我可以进去洗澡了吧？"服务生笑着说："当然可以，您请。"领导瞪了他一眼，踱着步往里走。服务生突然又补充说："对不起，我还得告诉您：由于4号喷头仅供您一人使用，因此不管您是否来洗澡，您每月还要交纳7元5角的月租费。此外您每次洗澡要按每30分钟6元的价格收费。另外，每月交费的时间是20日之前，如果您逾期未交，还要交纳一定的滞纳金……""够了，够了，我不洗了！"领导忍无可忍，扭头就走。服务生便问："您真的不洗了吗？"领导疾言厉色地说："对！我永远也不在你们这里洗澡了！"服务生笑着说："如果您不再使用4号喷头了，那么您还得交9元8角的销号费。只有这样您以后才能再也不用向我们交纳任何费用了。"领导大发雷霆，和服务生吵了起来。不一会儿，招待所的经理闻声赶来。领导一见经理来了，便高声嚷嚷着要投诉。经理了解了事情的经过后，笑着对领导说："先生，对不起，也许您还不知道，就像你们移动行业一样，洗澡业在我们这里是垄断经营的……"领导一听这话，顿时哑口无言。

"垄断"源于孟子的"必求垄断而登之，以左右望而网市利"这句话，原指站在市集的高地上操纵贸易，后来泛指把持和独占。在资本主义经济里，垄断指少数资本主义大企业，为了获得高额利润，通过相互签订协议或联合，对一个或几个部门商品的生产、销售和价格进行操纵和控制。经济学的垄断一般是指唯一的卖者在一个或多个市场上，通过一个或多个阶段，面对竞争性的消费者。由于垄断者是其所生产产品的唯一卖者，因此可以通过控制产品价格或产量来最大化自己的利益。

中国电信业的几大巨头属于典型的行业垄断。虽然电信业实行了新的重组，但正如有人所说的"合来合去仍挨宰，分分秒秒搞不清，漫天开价自己定，厘厘毫毫都不放"——无论是合并还是重组，这些运营商们都是不断地靠垄断优势坚守着自己的利益堡垒。现在的漫游费成本几乎为零的知识已经不再是一个秘密，而我们的漫游费却一直继续交着。由于这些通信行业的垄断优势，始终没有在市场上形成一个有效的竞争格局，漫游费始终降不下来，更别提最终的取消了。

对于垄断，我们完全可以用亚当•斯密的那一段颇为辛辣的描述来概括："不论

是在哪一种商品和制造业上，商人的利益在若干方面往往和公众利益不同……一般来说，在于欺骗公众，甚至在于压迫公众。事实上，公众亦常为他们所欺骗，所压迫。”



为什么买的没有卖的精？——信息不对称

一位大龄男青年多次到婚姻介绍所征婚都没有结果，不是这里不满意，就是那里不合适。时间长了，渐渐也就对征婚失去了信心。不料，婚姻介绍所又一次给他强力推荐了一位女士，称对方长得温柔贤惠、楚楚动人，男青年动了心思，向婚介所付了费用。然而在和女青年经过一段时间的相处后，男青年发现自己又一次上当，因为对方有着女性中比较罕见的口吃病。愤怒之下，男青年去婚介所索要费用，但是对方却明确拒绝，理由很简单：我们最初提供的信息是真实的，她确实长得不错，我们并没有说谎。

我们可以分析一下，男青年吃亏在什么地方。我们知道，在市场上，任何一方都应尽可能多地掌握信息。另外，如何传递信息也很重要。婚介提供女士的信息时，肯定了解该“商品”（女士）的详细信息，但是却在传递信息的过程中使男士处于不利地位，他并不了解她的某些不利的特性（如口吃）。结果，在付费之后才惊觉上当。由此可见，买卖双方对商品的了解如果处于信息不对称的状态，信息较充分的一方将更加有利；反之，信息不充分的一方就被动了。

在生活中，有些人常常会因虚假广告而上当受骗，蒙受损失，这便是由“信息不对称”造成的。最常见的就是那些“神奇的”医药广告，厂家（卖方）的宣传多是专治某种疾病，甚至还制造出一些“医学权威”的幌子。每个患者都希望自己早日康复，但是他们却往往缺乏对相关的医药知识和医疗动态的了解，在信息不对称的情况下，就会容易轻信那些虚假广告。

“一个人掌握的信息达到何种程度，就会采取相应的选择。”这是信息经济学的一个基本原理。在双方信息不对称的情况下，总体而言，谁处于信息劣势，就会处于博弈劣势。因为虚假广告上当，从表面看是因为受害者眼光不够准确，一时冲动花钱当了冤大头，但是以信息经济学的眼光看，则是由于受害者掌握的信息不够充分，只能根据仅有的信息做出选择。消费者总是希望自己买到质优价廉的商品，但是现实生活中常常会出现买回的东西用了不久就发现质量糟糕的情况，这就是因为他当初购买该商品时掌握的信息不够，不能发现真相。

以上所列举的是个体在接受外界信息时的情况。反过来，我们也会向外界传递自身的信息，求职就是其中一例。这时情况就反过来了，招聘方处于信息不对称的劣势。公司不可能在短期内对应聘者（也就是我们自己）的品质、能力、经验等有

一个全面的了解。那么在这时，用人单位在进行“信息选择”时，一个非常重要的信息就是你提供的文凭。一般情况下，文凭信息是不容易造假的。尽管也会出现“高文凭低能力”的情况，但总体而言，企业对应聘者的信息掌握不完全时，借助文凭信息还是简单实用的。

信息不对称对于市场而言是不利的，因为它会限制市场的能力。一个常见的例子就是二手汽车市场。现在买二手汽车比较流行，在二手车市场上，买者和卖者之间对汽车质量信息的掌握是不对称的。卖者知道所售车的真实质量。而买者最多只能通过外观、介绍及简单的现场试验等，来获取有关车质量的信息。

但买者根本无法知道汽车的真实质量。因为车的真实质量只有通过长时间地使用才能看出，所以二手车市场上的买者在购买汽车之前，并不知道哪辆汽车是高质量的，哪辆汽车是低质量的，他只知道二手车市场上汽车的平均质量。所以，买者只愿意根据二手车的平均质量来支付价格。但这样一来，质量高于平均水平的卖者就会将他们的汽车撤出二手车市场，市场上只留下质量低的卖者。结果是，二手车市场上汽车的平均质量降低，买者愿意支付的价格随之下降，更多的较高质量的二手车退出市场。在均衡的情况下，只有低质量的汽车成交，极端情况下甚至没有交易。在二手车市场上，高质量汽车被低质量汽车排挤到市场之外，市场上留下的只有低质量汽车。也就是说，高质量的汽车在竞争中失败，市场选择了低质量的汽车。这种选择就是信息不对称的情况下产生的“逆向选择”。

要避免“信息不对称”和“逆向选择”现象的发生，首先需要掌握真实、可靠的信息。对于企业或者个人而言，在信息生产、传递的过程中，只有真实信息才能长期地发挥作用，虚假信息也许会赢得一时的利益，但不可能长久立足。其次需要逐步健全社会秩序和经济秩序，减少短期投机，建立长久合作。充分发挥制度和诚信的效力，必将有力消除信息不对称对市场的危害。



为什么共有的草地一天天荒芜？——公共地悲剧

加利福尼亚大学的生物学家哈丁教授曾经发表了题为《公共地悲剧》的论文。在论文中指出：在公有的草地上放羊，因为增加放养的羊会给放羊人带来利益，所以放羊人不断增加羊的数量。由于羊群的进入不受限制，所以牧场被过度使用，草地的状况迅速恶化，悲剧就这样发生了。

公共产品（Public good）是私人产品的对称，亦称“公共财货”、“公共物品”，指能为绝大多数人共同消费或享用的产品或服务，如国防、公安司法等方面所具有的财物和劳务，以及义务教育、公共福利事业等。

公共产品有两个基本特征。

一是非竞争性。一部分人对某一产品的消费不会影响另一些人对该产品的消费，一些人从这一产品中受益不会影响其他人从这一产品中受益，受益对象之间不存在利益冲突。例如国防保护了所有公民，其费用以及每一公民从中获得的好处不会因为多生一个小孩或一个人移民而发生变化。

二是非排他性。是指产品在消费过程中所产生的利益不能为某个人或某些人所专有，要将一些人排斥在消费过程之外，不让他们享受这一产品所带来的利益是不可能的。例如，消除空气中的污染是一项能为人们带来好处的服务，它使所有人能够生活在新鲜的空气中，而要让某些人不能享受到新鲜空气的好处是不可能的。

显然，诸如城市道路、路灯等，都具有非竞争性和非排他性。路灯照亮了自己回家的路，同时也不妨碍照亮别人回家的路。正是由于公共产品的这两个基本特征，所以是很多人可以“搭便车”——不付成本而坐享他人之利。“公共地悲剧”反映了公共产品的问题。过度开采资源、过度捕鱼以及污染严重的河流和空气，都是公共地悲剧的典型例子。之所以叫悲剧，是因为每一个当事人都知道资源会因为过度使用而枯竭，但每个人都会因为利益问题而加剧事态的恶化。公共产品因产权难以界定而被过度使用或侵占是必然的结果。

“公共地悲剧”发生的根源在于：“当个人按自己的方式处置公共资源时，真正的公共地悲剧才会发生”。“公共地悲剧”更准确的提法是：无节制的、开放式的、资源利用的灾难。



提倡市场机制，反对干涉经济——经济自由主义

经济自由主义是指提倡市场机制，反对人为干涉经济的经济理论和政策体系。

最初作为一种口号由法国路易十五的外交大臣达让逊提出，后来魁奈等人确认社会中存在着不以人的意志为转移的自然秩序支配着社会的发展。亚当·斯密宣扬“一只看不见的手”的原理，对经济自由思想做了进一步的发挥。“自由经济”思想是斯密整个经济学说的中心。李嘉图也曾阐明过同样的思想。经济自由主义在资本主义世界是长期发挥重要作用的思想主张。

经济自由主义是一种支持个人财产和契约自由权利的意识形态。经济自由主义主张限制政府在经济事务中的操控，让市场机制发挥调节资源的作用。经济自由主义者并非无政府主义者，并非一概反对政府的作用，然而在绝大多数的案例中，他们的研究结果都表明，政府的干预过度了。

经济自由主义包括斯密的经济自由主义和新自由主义。

亚当·斯密在《国富论》一书中，在继承前人思想的基础上，进一步从经济人这一观念出发，对经济自由放任的理论和政策，第一次做了系统阐述，并使之成为该书的一个重要思想贯穿于始终。他认为在商品经济中，每个人都以追求自己的利益为目的，在一只"看不见的手"的指导下，即通过市场机制自发作用的调节，各人为追求自己利益所做的选择，自然而然地会使社会资源获得最优配置。他反对限制经济自由的重商主义政策和封建制度，主张自由放任，国家只起"守夜人"的作用。要求取消封建性的手工学徒制和居住法，使劳动力能够自由流动；要求取消妨碍土地遗产分割的法律，使土地能够自由买卖；要求取消政府对工业和国内贸易的干预和管理，如取消保护关税、行会制度和专门公司等，使商品生产、交换在完全自由竞争的条件下进行。这种自由放任的思想和主张，对当时正处于由工场手工业开始向机器大工业过渡的英国资本主义市场经济来说，无疑是一种促进。其后经济自由主义在资本主义世界还继续盛行了100多年。但经济自由主义对促进资本主义经济发展的作用是有限的。

20世纪30年代凯恩斯国家干预主义取代了经济自由主义而占据统治地位。到了70年代，在凯恩斯主义面对"滞涨"局面而束手无策的形势下，资本主义世界又纷纷兴起了新的经济自由主义思潮。这一观点认为：生产资料私有制是一切经济活动的前提，特别是市场经济中一切活动的前提；交换和市场的自发运行有充分的效率；自由贸易是最好的外贸政策。新自由主义是坚决反对政府的过多干预。

新自由主义不同于斯密经济自由主义之处在于，斯密经济自由主义主张实行完全自由放任，而新自由主义则一般都主张在国家干预下强调经济自由。

在很多人看来，经济自由主义意味着不要政府或自由放任，甚至等同于无政府主义。这是对经济自由主义的误读，并且常常在实践上导致对经济自由主义的滥用或否定。

在一些研究西方近现代经济学史的学者那里，整部西方经济学史就是经济自由主义和国家干预主义两种思潮消长、替代的历史。事实上，从自由主义的基本原则和各个经济学流派的哲学基础上，可以看出整个西方经济思潮也是一部自由主义的兴起、发展的历史。即使是国家干预思潮（个别除外），也遵循了自由主义的基本原则，如对坚持私有财产制度，强调经济个人主义和自由企业制度，追求市场与政府之间的均衡或和谐。

我们认为，西方自由主义经济理论基本上可以分为两大类，即两种对立的传统：

> 一种为建构理性主义传统，认为政府有意识地控制和指导是个人经济自由的保证，自由放任会导致自由的丧失，人类所有的制度都是人们有意识地设计或发明的产物，强调要加强政府对经济生活的干预；
>
> 另一种则是演进理性主义，或自发秩序传统，认为在恰当的法律规则约束下，每个人自发的经济活动，追求自身利益，便可促成社会制度和经

济秩序的生成以及社会公共利益的增进，强调要限制政府的干预。

这两种传统的差异根源于对理性作用的认识不同。

建构理性主义传统假定，人生来具有知识和道德的秉赋，认为理性具有至上的地位。因此凭借理性，个人足以知道并能根据社会成员的偏好而考虑到型构社会制度所需要的境况的所有细节，这使人能根据审慎思考而型构社会经济制度，在哈耶克看来，这是一种“知识的自命不凡”。

而演进论者对人的理性之局限性有清醒的认识，反对任何形式的对理性的滥用。他们认为，只有在累积性进化的框架内，个人的理性才能得到发展并成功地发挥作用，即个人理性受制于特定的社会生活进程。

在自由主义经济思潮发展的谱系中，前者有李斯特、凯恩斯、托宾和斯蒂格里茨等代表人物。所谓的自发秩序传统，则认为包括惯例、规则和制度在内的人类秩序，都并非是由于人们理性地预见其利益而谨慎设计的，而是不同的行为主体在追求各自的目标时不经意的结果。用18世纪苏格兰哲学家弗格森的话来说，是“人类行为的后果，但不是人类设计的结果”。它在过去的3个世纪里分别有3个重要的代表人物：18世纪的斯密、19世纪的门格尔和20世纪的哈耶克。



如何从阿司匹林变成汽车？——萨伊定律

百货公司经理前来检查新进售货员的工作情况。

问：“你今天有几个顾客？”

答：“一个。”

“只有一个吗？卖了多少钱的货物呢？”

答：“5.8万美元。”

经理大吃一惊，要售货员详细解释。

售货员说：“我先卖给他一枚钓钩，接着卖给他钓竿和钓丝。再问他打算去哪里钓鱼，他说到南方海岸去。我说该有艘小船才方便，于是他买了那艘6米长的小汽艇。我又说他的汽车也许拖不动汽艇，于是我带他去汽车部，卖给他一辆大车。”

经理眉开眼笑，问道：“那人来买一枚钓钩，你竟能向他推销掉那么多东西？”

售货员答道：“不，其实是他老婆偏头痛，他来为她买一瓶阿司匹林的。我听他那么说，便告诉他：‘这个周末你可以有足够的自由。你为什么不去钓鱼呢？’”

从阿司匹林到汽车，每一个供给都会创造需求，也会创造销售的机会。

其中“供给会创造自己的需求”，恰好体现了萨伊法则。

萨依定律也称做萨依市场定律，一种自19世纪初流行至今的经济思想。萨依定律主要说明，在资本主义的经济社会里一般不会发生任何生产过剩的危机，更不可能出现就业不足，也就是“供给会自行创造需求”。定律得名自19世纪的法国经济学家让巴蒂斯特•萨依，不过萨依并非最早提出定律内容的人，真正提出相关概念的是英国的经济学家，历史学家詹姆斯•穆勒。虽然当今经济学教科书已将其内容删去，但是还有不少微观或宏观经济理论还是依据萨依定律而做出结论的。

对于“萨伊定律”简单的理解就是“供给自己创造自己的需求”。萨伊认为，一种商品要由另一种商品来购买，因为货币只是交换的媒介。那么，一种产品生产出来，与它价值相当的其他产品就有了销路，也就是创造了一定的需求。所以，社会上某些产品供过于求的原因不在于货币不足，也不在于需求不足，而是因为能与之相交换的其他产品太少了，因此应该扩大生产，以实现供需的平衡。

由此，萨伊提出这样的观点：①生产越多，产品越多样化，销售状况会越好，经济状况会越好，经济会越繁荣。②这一道理同样适用于对外贸易，我们在购买国外商品的同时，也促进了本国商品的生产与销售。③国家的政策重点在干如何促进生产的发展，而不是鼓励消费或进行贸易保护。

萨伊的错误之处在于他把货币的职能仅限于流通手段，或者说是交换的媒介，却忽视了货币的价值尺度、信用手段、贮藏手段等职能，这使得他把商品交换等同于物质交换。但是，“萨伊定律”直到今天仍在我们的经济生活中发挥着不可替代的作用，仍值得我们借鉴和深思。VCD产业在我国的发展就印证了“萨伊定律”。

> 在消费者对VCD尚无多少了解的情况下，有些企业引进国外生产线，大量生产，并通过广告宣传产品的特点和用途，因此是先有供给，后有需求。而且，企业获得了高额的利润之后，竞争所带来的价格的下降使得VCD在中国非常普及，这就是“供给为产品创造了需求”。

“萨伊定律”的伟大之处还在于，根据“供给自己创造自己的需求”这一观点，使得整个经济中不会存在生产过剩的问题。某种商品的供过于求的根本原因不在于需求，而是相对应的其他产品的生产过少。所以，归根结底是产品结构的问题，结构失衡导致一些产品生产过多，而其他产品生产过少，从而经济中表现出供求之间的不平衡。例如，在谈到如何扩大内需的问题时，其中的一个方面就是扩大农村消费市场。在此，我们不仅要考虑到如何生产出适合农民需要的产品，还要考虑到如何促进农业生产的发展。因为要提高农民的购买力就必须提高收入水平，这在很大程度上取决于能否生产出更多更好的产品。可见，“萨伊定律”并没有过时，它仍然在很多方面指导着我们的经济活动。



个人的利己行为导致市场的有序运行——看不见的手

经济学家们曾经准确地预测出一个现象：当霜降袭击巴西时，肯尼亚的铝制品加工业的人数扩大了，看起来似乎是个很荒谬的推论，这到底是怎么回事呢？

事实上，巴西的霜冻影响了咖啡豆的产量，全世界咖啡的产量都将降低，于是引起了一系列的连锁反应：意大利咖啡制造商人的成本增加，其他国家爱喝咖啡的人会把目光转向茶叶或是其他替代品；同时，肯尼亚、泰国、越南等地的咖啡种植基地也会开足马力种植更多的咖啡作物，以提高全球的咖啡豆产量。咖啡种植商们扩大生产规模就会需要更多的铝板，从而促进了当地铝制品加工业的繁荣。冥冥之中似乎被什么东西在操纵着。

"看不见的手"又称"无形之手"。经济学中的一个隐喻，用于说明在市场经济中社会成员出于个人利己目的的经济行为，通过对买卖双方都有利益的市场交换以及互动过程，而促进社会公共利益的机制。这种机制不是出自个人本意而建立的，而是在市场上自行建立的一种社会秩序或规则。在市场上，每个人都力图应用他的资本使其产品能得到最大的价值，他所追求的仅仅是他个人的利益，而这种各自谋求自身利益的行为，却能使每一个人得益。

亚当·斯密用了一句话简明扼要地解释了这只看不见的手："屠夫、酿酒商、面包师给我们提供食品，他不是出于仁慈，而是为了从我们这里得到回报。"

这一基本思想早就存在于18世纪初期一些学者的著作之中。但因亚当·斯密在其《道德情操论》和《国富论》中用这个概念来概括这种思想，使之成为一个著名隐喻。后来经济学界对"无形之手"有两种解释。一种狭义的解释，是把"无形之手"理解为自由竞争的市场机制或价格机制；另一种宽义的解释，是把"无形之手"理解为制度和制度安排的一种形成方式。

一些经济学者在研究市场失灵问题时，提出了政府有必要对经济生活进行干预，包括政府制定有关的法律、法规，使私人活动得以顺利地进行；政府对经济运行进行宏观调控，以促使经济稳定发展；政府对企业进行规制，以克服外部影响，政府向社会提供公共产品和公共服务；政府对收入进行再分配，以解决分配不公问题等。与"无形之手"相对应，人们有时候把政府的经济作用比喻为"有形之手"（或"看得见的手"）。但"无形之手"已成为经济学中的一个专门术语，而"有形之手"是一种非规范的、形象的比喻。有学者提出，政府有时可能出现像市场一样的失灵状况。



对传统理论的挑战——垄断优势理论

可口可乐公司诞生于世界上最开放的美国。可口可乐公司也是世界上最开放的公司之一，合作伙伴遍布天下。但是，可口可乐公司赖以生存的秘方，保存在众所周知的一个安全的地方，公司里只有几个人知道这个秘方，其他人即使是这几个知情者自己最亲近的人也不知晓，更不要说遍布世界的众多合作伙伴了。但他们这种做法不仅没有合作伙伴指责其不义，更无人称其为小人，倒是合作者络绎不绝，日渐倍增。

"保住秘密就保护了市场"，可口可乐公司的神秘配方一直被作为最高机密被保守至今，实际上就是一种保持垄断优势地位的做法。

20世纪50年代以后，美国跨国公司呈现出如火如荼迅速发展势态，利润差异论的局限性暴露无遗，因而迫切需要具有较强解释力的理论出现。1960年美国学者斯蒂芬·海默在麻省理工学院完成的博士论文《国内企业的国际化经营：对外直接投资的研究》中，率先对传统理论提出了挑战，首次提出了垄断优势理论。麻省理工学院C.P.金德贝格在70年代对海默提出的垄断优势进行的补充和发展。鉴于海默和金德尔伯格对该理论均做出了巨大贡献，该理论有时又被称为"海默-金德尔伯格传统"。

在2009年全球500强排行榜上，中国石化和中国石油"双雄"领风骚，在榜单上的差距不大，分列第9位和第13位。相比之下，中国三大电信运营企业在榜单上的分布并不太集中，其中，中国移动名列第99位；中国电信位于第263位；中国联通位居第419位。中国移动因为垄断而强大，牢牢掌握着市场竞争的主动权。与中国石化相比，起码还有中国石油这个与之实力相差不大的对手来制衡。而在电信业，中国移动占据绝对垄断地位，其他运营商无论是资本、规模、收入、利润都无法与之抗衡。

斯蒂芬·海默认为跨国公司进行直接投资的动机源自市场缺陷，即市场不完全。

首先，不同国家的企业常常彼此竞争，但市场缺陷意味着有些公司居于垄断或寡占地位。因此，这些公司有可能通过同时拥有并控制多家企业而牟利；

其次，在同一产业中，不同企业的经营能力各不相同，当企业拥有生产某种产品优势时，就自然会想方设法将其发挥到极致。

这两方面都说明跨国公司和直接投资出现的可能性。海默还进一步指出，从消除东道国市场障碍的角度来看，跨国公司的优势有一种补偿的作

用，亦即它们起码足以抵消东道国当地企业的优势。

海默的导师金德伯格对此伸了进一步引申，列出了各种可能的补偿优势，如商标、营销技巧、专利技术和专有技术、融资渠道、管理技能、规模经济，等等。垄断优势论从理论上开创了以国际直接投资为对象的新研究领域，使国际直接投资的理论研究开始成为独立学科。这一理论既解释了跨国公司为了在更大范围内发挥垄断优势而进行横向投资，也解释了跨国公司为了维护其垄断地位而将部分工序，尤其是劳动密集型工序，转移到国外生产的纵向投资，因而对跨国公司直接对外投资理论的发展产生很大影响。

企业拥有的垄断优势是构成企业对外直接投资的决定因素。金德伯格详细地列举了投资海外企业拥有的各种垄断优势。这些优势可分为四类。

(1) 来自产品市场不完全的优势，如产品差别、商标、销售技术与操纵价格等。

(2) 来自要素市场不完全的优势，包括专利与工业诀窍、资金获得的优惠条件、管理技能、原材料优势等。专利和专有技术可以使企业的产品区别于同类产品，从而获得对价格和销售量的控制能力，同时还可以限制竞争者进入，维护本公司的垄断地位。

(3) 企业拥有的内部规模经济与外部规模经济。跨国企业通过水平的或垂直的一体化经营，可以取得当地企业所不能达到的生产规模，从而降低成本。

(4) 由于政府干预特别是对市场进入及产量限制所造成的企业优势。

职场中的经济学解释
——就业篇



想工作却没工作——失业

失业是个人发展、调整的必然产物——当一个人成长为社会人（职业人），他就需要找一份工作，如果这时他还没有找到工作，就是失业者。

19世纪的纽约街头，一个因失业而挨饿的年轻人为了躲避房东催交房租，每天都在马路上东跑西窜，生活在羞辱和绝望之中。一天，当他经过一处难民窟时，看见很多妇女点燃旧棉絮烟熏火烤地烹煮从街上捡来的食物，那里的每个孩子都面黄肌瘦，孩童的激情全被饥饿扼杀了，他们虚弱地躺倒在阴冷的地板上，微弱地呼吸着。他们的爸爸妈妈和他一样都是失业的人，只不过，他们中的多数人因为工伤事故被高位截瘫或缺胳膊少腿，生活的艰难，一目了然地写在脸上。年轻人见到此景，感到深深的悲哀。他慢慢地离开了贫民窟，决定从明天开始好好找工作，然后赚取很多的钱来解决这些人的困难。

美国总统杜鲁门说过："邻居失业，意味着经济萧条；自己失业，意味着意志消沉。"失业，是件很痛苦的事情，每个人都不想面对。失业的社会影响虽然难以准确的估计和衡量，但是，它却最容易被人们所感觉到。失业意味着失去收入，缩减消费，对经济也会有一定的影响。一个国家的失业率高居不下，表明经济不景气、经济受阻。因而失业对一个家庭、社会乃至一个国家来说都是最为重要的问题。

在经济学里，经济学家通常将失业分为三种类型，即摩擦失业、结构失业以及周期性失业。

摩擦失业指的是在生产过程中难以避免的由于转换职业等原因而造成的短期、局部失业。这种失业是短期或过渡性的。它一般是由于劳动力的供给方造成的。比如，你一个同学现在在一家证券公司上班，他觉得去银行待遇也许会更好，他辞掉证券公司工作去银行找工作，但是也许一开始工作并不是马上能找到，于是这段时间的失业就是摩擦性失业。

结构性失业是指劳动力的供给和需求不匹配所造成的失业。其特点是既有失业又有职位的空缺，由于失业者没有合适的技能、居住地点不当，因此无法填补现有职位空缺。这里有一个典型的例子可以解释什么是结构性失业。关于现在社会非常关注的大学生就业困难问题，我们仔细思考一下，其中有一部分并不是真的就业难。一些刚毕业的大学生在择业时期望值过高，想留在大城市，进大公司，并且薪水要优厚，否则宁愿失业。实

际上，我国高学历的人才在总量上是需求大于供给的，在许多偏远的、经济落后的贫困地区和一些小城镇，高学历人才非常紧缺。这说明目前我国存在的高学历人才失业大多属于结构失业。

最后一个是周期性失业。它是指经济周期中的衰退或萧条时，因为需求下降而造成的失业。这种失业是由整个经济的支出和产出下降造成的。今天受到全球经济危机的影响，我国许多企业破产倒闭，造成的失业就是周期性失业。例如，你是一家空调生产厂商的职员。随着经济衰退周期的来临，人们的收入减少，买空调的人也就越来越少。这时，你们所生产的空调就会在仓库里越堆越多，老板的脸色一天比一天难看。直到有一天，老板面色沉重地宣布：为了挨过危机，企业不得不裁员。于是，你就成了周期性失业者。而且你会发现，周围有很多人都和你一样失业了。

由于摩擦性失业和结构性失业具有普遍性和不可避免性，因而经济学家们认为，任何经济社会在任何时期都会存在一定比率的失业人口。弗里德曼还特意强调，虽然我们称它为自然失业率，但是它不是自然规律规定的，而是社会的这套制度决定的。自然失业率为经济社会在正常情况下的失业率，它是劳动市场处于供求稳定状态时的失业率。自然失业率在正常时期是很稳定的。

然而，一般来说，我们所谓的失业指的都是有工作能力却没有工作或者失去自己工作的现象，不过，即使失业在家，我们也不能懈怠。因为，从某种角度而言，这也是我们重新开始的一个机会，我们要善于利用这样的机会，利用失业在家的时间去反思。去学习、积累自己的人力资本，为再就业做好准备，化不利为有利，而不是破罐子破摔，造成恶性循环。所以说，可怕的不是失业，而是我们面对失业的消极态度。



愿意工作的人是否都有工作——充分就业

大学生就业难已经成为一个严重的社会问题，也是我国高等教育发展的一个后顾之忧。席卷全球的金融危机使得宏观经济低迷，企业扩大招工的意愿不足。今明两年的大学毕业生就业问题形势十分严峻。社科院最近估计，2008年有100万高校毕业生不能就业。今年高校毕业生达611万人，比2008年还要多出52万人，就业形势更为严峻。

充分就业是经济学中的一个假设，指的是除了正常的暂时不就业（比如工作转换等），所有的人都找到合适的职务，没有浪费工作职位的现象。

有媒体曾经报道了这样的一则故事：

2001年，家住姜堰市北园新村的奚日祥、陈珍红夫妇双双失业。家里

还有一个上中学的孩子。工作没了，生活也就没了着落。由于长时间找不到工作，夫妻两人也是破罐子破摔，生活处境每况愈下。当他们所在的北街社区居委会了解情况后，推荐夫妇俩分别参加了姜堰市就业培训中心组织的免费保安培训与微机培训。随后，社区为他们推荐了三四个岗位，后来终于安定下来，夫妻俩分别在该市保安公司做保安、在超市做售货员，每个月加起来有1300多元的收入。

对社区里的“零就业家庭”，姜堰市的机关干部和社区工作者都会开展与援助对象“一帮一”、“一对一”服务。自市政府促进充分就业以来，社区134户“零就业家庭”268人全部重新上岗。那么，这个社区里的零失业是不是就是“充分就业”呢？

毋庸置疑，这是充分就业。但充分就业并不就是零失业。因为就一个社会来说，有些失业现象是一种自然现象，是不可避免的。

充分就业是由英国经济学家凯恩斯于1936年在其著作《就业、利息和货币通论》中提出的概念。充分就业并非就是人人都有工作。因为失业可以分为由于需求不足而造成的周期性失业和由于经济中某些难以克服的原因而造成的自然失业。实现了充分就业时的失业率称为自然失业率，或称为充分就业的失业率，或长期均衡的失业率。正常经济发展情况下充分就业的就业率应该在95%以上。

“充分就业”实际上是一个有多重含义的经济学术语。历史上曾经被描述为不存在（或仅存在最少量）非自愿失业情况下的就业水平。今天，经济学家用最低可持续失业率概念来描述可以长期持续的最高的就业水平。

在经济学的范畴中，消灭了周期性失业时的就业状态就是充分就业。凯恩斯认为，充分就业是由有效需求决定的。如果有效需求不足，从而造成非自愿性失业，社会就不能实现充分就业。充分就业与某些失业现象的存在并不矛盾。例如，摩擦性失业和自愿性失业，这两种失业都是正常的，只有非自愿性失业才是真正的失业。只有非自愿性失业消失，社会才算实现了充分就业。同时，充分就业也是维持一个国家经济平衡发展的必要条件。

然而，我国如今正面临着严峻的就业现状，根据资料显示，我国2002届普通高校共有毕业生123万人，比2001年的115万增加了9.4%左右；截至2003年6月20日，全国普通高等学校毕业生就业的签约率为50%左右；全国高校毕业生将猛增至212万人，增幅达72.4%；2004年将达到280万人，而且以后每年的增长率还将保持在10%~30%。截至2000年6月，我国各类高校毕业生中待业人数有30万人左右，2001年超过34.5万人，2003年达到63.67万人。事实上，摆在大学生面前的就业形势已经急剧地恶化了。

在中国就业难除了与市场人才需要的饱和有关外，也与企业“效率工资”有关。所谓的“效率工资”是指即使在经济衰退的情况下，企业也不愿意降低员工的工资，

而宁愿裁掉一部分员工，这样做的意义在于：第一，成本降低了，一部分员工被裁掉之后，企业的工资支出减少，导致成本降低，企业有可能渡过难关；第二，留在企业的员工由于感激企业在困难的时期给他们提供岗位，导致工作效率提高，但同时，也出现了大量的失业人员在寻求工作岗位，就业难的压力再一次加大。

另外，如果企业降低员工的整体工资，就有可能导致企业员工的效率低下。主要是由于优秀员工的积极性被降低了，他们会认为，不应该降低他们的工资而应该把不优秀的员工的工资降低；而相对不优秀的员工由于本来就低的工资被进一步降低了，工作积极性就会更加降低；这样，就导致了企业整体员工的工作积极性下降。所以在面临因经济危机或企业内部的原因而造成的经济不景气时只有进行裁员，这就造成了失业的不可避免性。所以，在实现充分就业的社会之前，为了不至于因为被裁而失业，我们只有与时俱进，努力拼搏，永不懈怠。只有在社会实现了充分就业之后，我们才能够去选择闲暇。



爬不出去的螃蟹——内卷化效应

多年前，中央电视台记者去陕北，偶然间采访一个在黄土高原上放羊的男孩，便有了以下这段“经典对话”：

“为什么要放羊？”

“为了卖钱。”

“卖钱做什么呢？”

“娶媳妇。”

“娶媳妇做什么呢？”

“生孩子。”

“生孩子做什么呢？”

“放羊。”

小孩几句话勾勒出了一种“内卷化”生活状态。

一位名叫利福德·盖尔茨的美国人类文化学家，曾在爪哇岛生活过。爪哇是印度尼西亚的第四大岛，南临印度洋，北面爪哇海，人口稠密，风光旖旎。而这位学者，无心观赏诗画般的景致，却潜心研究当地的农耕生活。他眼中看到的都是犁耙收割，日复一日，年复一年，原生态农业在维持着田园景色的同时，长期停留在一种简单重复、没有进步的轮回状态。这位学者把这种现象冠名为“内卷化”。

在20世纪60年代末，这一概念被广泛引入到政治学、经济学之中。“内卷化”意指一个社会既无突变式的发展，也无渐进式的增长，长期以来，只是停留在一个层面上自我消耗和自我重复。无论是一个社会还是一个个人，一旦陷入内卷化状态，

即似身陷泥沼，无力前进。

在我们的现实生活中，“内卷化现象”也是屡见不鲜的。举例来说，吴女士在一家广告公司做行政助理已经有两年了，公司虽然不大，但在广告行业里也小有名气，让吴女士一直忧虑的是：公司不断引进新员工，而她依旧是个“不起眼”的行政助理，工作两年了，职业生涯却停滞不前。又如一个姓张的先生，刚参加工作时是位销售高手，业绩骄人，拿的业绩奖励在同级别的销售员中是首屈一指的。但几年下来，身边一起进来的同事由于进步飞快，慢慢提升，而自己却总是停留在原来的水平上，原地踏步。诸如此类的实例举不胜举，面对这些屡见不鲜的“内卷化”情况，人们不禁要问：他们为什么会停步不前？是他们天赋不够，还是努力不够，抑或是老天爷没有给他们机遇？

分析个人的内卷化情况，根本出发点即在于其观念。人们常说，“性格决定命运，观念决定出路”。如果一个人认为自己这一生只能如此，那么命运基本上也就不会再有改变，生活就此停滞不前；如果相信自己还能有一番作为，并付诸行动，那么便可能大有收获。正如人们常说的，“努力不一定会成功，但不努力一定不会成功。”从某种角度上来说，取得成功并不难，难的是把成绩归零，从零的起跑线开始下一次的比赛。

几千年来，人们日出而耕，日落而息，生活并未见大的改变，而更要命的是，人们身处其中却浑然不觉。

放羊小孩的几句话勾勒出了一种“内卷化”生活状态，这无疑折射出了当时许多陕北农民的思想观念。多少年来，农民的生存状态没有发生什么改进，是因为他们从来就没想过要改进。思想观念的故步自封，使得突破内卷化模式的第一道关卡就变得非常困难。

生活陷于内卷化的人们迫切需要改变观念，而那些成功人士则更需要理念更新，否则内卷化的后果往往更为严重。

一个人要摆脱内卷化状态，就要先确信自己是否还有上进心。如果有，那就再看看自己掌握的技能是否纯熟，精益求精，发挥极限，这样才能最大限度地提升自己。

年轻的你，何不尝试着一边低头认真地耕耘脚下的沃土，一边抬头寻找更肥沃的田野呢？相信你可以做到！



你的价值有多高？——人力资本

古语说：“千军易得，一将难求”，求的就是高质量的人才。我国著名的物理学家钱学森当年从美国回归时，遇到百般阻挠，原因何在？一位美军高级将领给出了形象的答案，他说，宁愿枪毙钱学森，也不愿他回到中

国，因为他“一个人可以顶五个师”。所以钱学森在美国被扣五年才得以返回，而他一旦回国，便对“两弹一星”的成功研制起到了至关重要的作用。这就是人才的重要性，其释放出的能量是一般人无法相提并论的。

我们举出这个例子，是为了提出一个问题，那就是像钱学森这样的人才是如何形成的呢？我们如何才能让自己拥有更多的资本呢？这种资本也就是现代经济学中所谓的人力资本。

虽然最早的人力资本思想可以追溯到古希腊思想家柏拉图的著作。但比较完整的理论体系是在20世纪60年代，由美国经济学家舒尔茨和贝克尔首先创立的。按照他们的理论，人力资本是指存在于人体之中的具有经济价值的知识、技能和体力（健康状况）等质量因素之和。简而言之，就是指劳动者受到教育、培训、实践经验、迁移、保健等方面的投资而获得的知识和技能的积累，亦称“非物力资本”。由于这种知识与技能可以为其所有者带来工资等收益，因而形成了一种特定的资本——人力资本。这一理论有两个核心观点：一是在经济增长中，人力资本的作用大于物质资本的作用；二是人力资本的核心是提高人口质量，教育投资是人力投资的主要部分。

舒尔茨曾经对美国农业经济的问题进行长时间的研究，发现从20世纪初到20世纪50年代，美国的农业产量迅速增加，农业生产率大幅度提高，其主要原因并不是土地、人口数量或资本投入的大量增加，而是由于科学技术水平的不断进步和人的生产能力的迅速提高。如果按照以前传统的经济理论所认为的那样——经济增长取决于物质资本和劳动力的增加，是很难解释清楚这种增长的实质所在的。为此，舒尔茨于1960年在其《人力资本的投资》一书中，首次以“人力资本投资”的概念来解释这种体现在劳动者身上的、以劳动的数量和质量表示的资金投入效应，并提出了人的健康、知识和能力等方面的提高对经济增长的贡献，要远比物质资本和劳动力数量的增加重要这一新观点。这个新观点突破了只有厂房、机器、存货等有形物质才是资本的传统观念，转而强调人力资本的增进和技术水平的提高在经济发展中的特殊作用，认为提高人力资本水平是刺激经济增长、缩小收入差距的根本所在。美国的G.S.贝克尔在1964年出版的《人力资本》一书中，强调了正规教育和职业培训在人力资本形成中的重要作用。

人力资本，比物质、货币等硬资本具有更大的增值空间，特别是在当今这个后工业时期和知识经济初期，人力资本有着更大的增值潜力。因为作为“活资本”的人力资本，具有创新性、创造性，具有有效配置资源、调整企业发展战略等市场应变能力。对人力资本进行投资，将对GDP的增长具有更高的贡献率，因为人力资本的积累和增加对经济增长与社会发展的贡献远比物质资本、劳动力数量的增加重要得多。美国在1990年人均社会总财富大约为42.1万美元，其中24.8万美元为人力资

本的形式，占人均社会总财富的59%。其他几个发达国家如加拿大、德国、日本的人均人力资本分别为15.5万美元、31.5万美元、45.8万美元。

人力资本理论主要有以下内容。

(1) 人力资源是一切资源中最主要的资源，人力资本理论是经济学的核心问题。

(2) 在经济增长中，人力资本的作用大于物质资本的作用。人力资本投资与国民收入成正比，比物质资源的增长速度快。

(3) 人力资本的核心是提高人口质量，而教育投资是人力投资的主要部分。不应当把人力资本的再生产仅仅视为一种消费，而应当视为一种投资，这种投资的经济效益远大于物质投资的经济效益。教育是提高人力资本最基本的手段，所以也可以把人力投资视为教育投资。生产力三要素之一的人力资源显然还可以进一步分解为具有不同技术知识程度的人力资源。高技术知识程度的人力带来的产出明显高于技术程度低的人力。

(4) 教育投资应以市场供求关系为依据，以人力价格的浮动为衡量符号。

我们常说的充电其实就是让自己拥有更高的人力资本的一种方式，当然，在工作的过程中，我们也可以通过积累工作经验来增加自己的人力资本。无论是学习还是工作，我们都必须以提高自我的能力为前提，学以致用，并在实践中积累自己的工作经验。只要拥有了雄厚的人力资本，成为了名副其实的人才，能够为公司创造效益，就不怕公司不给你加薪了。

既然我国是一个人口大国，那么就必然拥有庞大的人力资源，要想把庞大的人力资源转化为人力资本，关键在于提高人力素质，其重要途径在于形成全民学习、终身学习的学习型社会，把中国建成世界上最大的学习型社会。作为这个社会中的个人，我们要不断地学习，不断地接收新的知识，以提升自己的人力资本，为社会创造更多的价值，从而得到社会的认可。



别让小事起波澜——蝴蝶效应

1963年12月，在华盛顿召开的美国科学促进会上，混沌学的创始人之一爱德华·洛伦在他的演讲中提出：一只南美洲亚马逊河流域热带雨林中的蝴蝶，偶尔扇动几下翅膀，可能会引起两周后美国德克萨斯州的一场龙卷风。

“蝴蝶效应”的含义是：一个细微的变化通过某种非线性的反馈系统可能会引发始料未及、影响巨大的后果。蝴蝶翅膀的运动，导致其身边的空气系统发生变化，并引起微弱气流的产生，而微弱气流的产生又会引起四周空气或其他系统产生相应的变化，由此引发连锁反应，最终导致其他系统的极大变化。这次演讲和结论给人

们留下了极其深刻的印象。自此以后，所谓的“蝴蝶效应”之说就不胫而走，声名远扬。

“蝴蝶效应”之所以令人着迷，不但在于其大胆的想象力和迷人的美学色彩，更在于其深刻的科学内涵在内在的哲学魅力。西方有一首民谣唱道：少了一颗钉子，坏了一只马掌；坏了一只马掌，毁了一匹战马；毁了一匹战马，伤了一个骑士；伤了一个骑士，输了一场战役；输了一场战役，亡了一个国家。马掌上少了一颗钉子，这本来是一个极其微小的初始条件，但正是由于这个极其微小的初始条件，经过不断地放大，最终导致了一个国家的灭亡。

生活中到处充满着“蝴蝶效应”。美国福特公司名扬天下，不仅使美国汽车产业在世界上独占鳌头，而且改变了整个美国的国民经济状况。可是，谁又能想到该奇迹的创造者福特当初进入公司的“敲门砖”竟是“捡废纸”这个简单的动作呢？

那时福特刚从大学毕业，他到一家汽车公司应聘，一同应聘的几个人的学历都比他高。在其他人面试的时候，福特感到没有希望了。当他敲门走进董事长的办公室时，发现门口有一张纸，很自然地弯腰将它捡了起来，看了看，原来是一张废纸，就顺手把它扔进了垃圾篓。董事长将这一切看在眼里。福特刚说了一句话：“我是来应聘的福特。”董事长就发出了邀请，“很好！福特先生，你已经被我们录用了。”福特很惊讶。

董事长说：“你的竞争对手们虽然学历比你高，但他们的眼睛只能看见大事，而看不见小事。你的眼睛能看见小事。我认为一个能看到小事的人，将来自然也能够看到大事；而一个只看大事，而忽略小事的人，是不会成功的。”

原来这个让福特感到惊异的决定，实际上是源于他那个不经意的动作。从此以后，福特开始了他的辉煌之路。

福特的收获看似偶然，实则必然。他下意识的动作出自一种习惯，而习惯的养成源于他的积极态度。这正如著名心理学家、哲学家威廉·詹姆士所说：“播下一个行为，你将收获一种习惯；播下一种习惯，你将收获一种性格；播下一种性格，你将收获一种人生。”

事实上，被科学家用来形容说明混沌理论的“蝴蝶效应”，对正处于学习和工作中的年轻人有很大的意义：一次大胆的尝试、一个灿烂的微笑、一种积极的态度和一个善意的举动，都有可能触发生命中意想不到的起点，它能带来的远远不止是一点点的喜悦和表面上的报酬，或许，你的整个人生轨迹将因这一点而改变。

在当今时代，每个人的命运都会受“蝴蝶效应”的影响。精简机构、官员下岗、取消福利房等措施，让越来越多的人远离传统的保障，随之而来的是靠自己的双手决定命运。而组织和个人自由组合的结果就是：谁能捕捉到对生命有益的“蝴蝶”，谁就不会被社会所抛弃。



如何才能选对池塘钓大鱼？——路径依赖

第一个明确提出“路径依赖”理论的是美国经济学家道格拉斯·诺思。他由于用“路径依赖”理论成功地阐释了经济制度的演进规律，因此获得了1993年的诺贝尔经济学奖。

诺思认为，路径依赖类似于物理学中的“惯性”，一旦进入某一路径（无论是“好”的还是“坏”的），就有可能对这种路径产生依赖。

路径依赖本是指一种制度，一旦形成，不管是否有效，都会在一定时期内持续存在并影响其后的制度选择，就好像进入一种特定的“路径”，制度变迁只能按照这种路径走下去。

路径依赖有不同的方向：一种情况是某种初始制度选定后，具有报酬递增的效果，促进了经济的发展，其他相关制度安排向同一个方向配合，导致有利于经济增长的进一步的制度变迁。这是一种良性的路径依赖。

另一种情况是某种制度演变的轨迹形成后，初始制度的效率降低，甚至开始阻碍生产活动，那些与这种制度共荣的组织为了自己的既得利益而尽力维护它。此时社会就会陷入无效制度，进入“锁定”状态。这是恶性的路径依赖。简单地说，这两种情况就是自我强化和锁定。

生活中，路径依赖最简单的例子就是人云亦云，因循守旧。坚持经验不变是行不通的。因为过去的经验是在过去的时间、地点、环境下的成功做法，随着时间、地点及环境等因素的变化，那些经验已经不适用于目前的具体情况了，必须具体问题具体分析，适时创新、不断探索新的经验和做法。倘若不能因时、因地、因事地变更自己的想法，将难免失败。

一头驴子背盐过河，在河边滑了一跤，跌在水里，背上的盐融化了。驴子站起来。感到身上轻松了许多。驴子非常高兴，获得了经验。后来有一回，它背了棉花，以为再跌倒，就可以同上一次一样。于是走到河边的时候，便故意跌倒在水里。可是棉花吸收了水，驴子非但不能站起来，而且一直往下沉，活活淹死了。

现实生活中不也经常如此吗？像驴子一样的蠢人总是屡见不鲜！从古到今，因抱着不合时宜的经验不放而失败者不乏其人。成功的经验固然有其总结之处，然而一味地固守也足以败事。汲取前人总结的精华并没有错，错在我们并没有时时刻刻因地制宜地进行变革和创新，如果我们能够将前人的经验加以改造和完善，并在此基础上创新，形成自己的观点和创意，就一定能够捕捉新的机遇，为自己创造一片天空。

每个人都有自己的基本思维模式，这种模式在很大程度上会决定你以后的人生道路。而这种模式的基础，其实是早在童年时期就奠定好了的。做好了你的第一次选择，你就设定了自己的人生。

有一个12岁的小男孩，进行了人生的第一次生意冒险。原来，他酷爱集邮，可是从拍卖会上卖邮票要交纳一定的费用，他觉得不合算。于是他说服自己一个同样喜欢集邮的邻居把邮票委托给自己，然后在专业刊物上刊登卖邮票的广告。出乎意料的是，他赚到了2000美元，他第一次尝到了抛弃中间人、“直接接触”的好处。

小时候的这次经历让他刻骨铭心。上初中时，他开始做电脑生意——买来零部件，组装后再卖掉。在这个过程中，他发现一台售价3000美元的IBM个人电脑，零部件只要六七百美元就能买到。而当时大部分经营电脑的人并不太懂电脑，不能为顾客提供技术支持，更不可能按顾客的需要提供合适的电脑。这就让他产生了灵感：抛弃中间商，自己改装电脑，不但拥有价格上的优势，还拥有品质和服务上的优势，还能够根据顾客的直接要求提供不同功能的电脑。

再后来，小男孩长大了，创办了自己的电脑公司，并采取了自己童年时期“直接销售”模式，真正按照顾客的要求来设计制造产品，并把它在尽可能短的时间内直接送到顾客手上。他凭借着自己发现的这种模式，一路做下去。2002年，他荣登《财富》杂志全球500强中的第131位，他就是著名的电脑品牌创始人戴尔。

从1984年戴尔退学开设自己的公司，到2002年跻身财富榜，不到20年时间，戴尔公司成了全世界最著名的公司之一。正是初次做生意时的正确路径选择，奠定了后来戴尔事业成功的基础。对于每一个想功成名就的年轻人来说，其实成功就是这么简单：别总是跟在别人后面，选择属于自己的正确路径，然后一直走下去！

一个好的开始是成功的一半，无论何时开始都不会太迟，重要的是你能够及时捕捉到对自己有利的机遇，大胆创新，那么成功就会属于你。

很多年前，一则小消息平静地在人们之间传播：美国穿越大西洋底的一根电报电缆因破损需要更换。这时，一位不起眼的珠宝店老板却没有等闲视之，他几乎十万火急，毅然买下了这根报废的电缆。

没有人知道小老板的企图：“他一定是疯了！”

他呢？关起店门，将那根电缆洗净、弄直，剪成一小段一小段的金属段，然后装饰起来，作为纪念物出售。大西洋底的电缆纪念物，还有比这更有价值的纪念品吗？

就这样，他轻松地发财了。接着，他买下了欧仁皇后的一枚钻石，那

淡黄色的钻石闪烁着稀世的华彩，人们不禁要问：他自己珍藏还是抬出更高的价位转手？

他不慌不忙地筹备了一个首饰展示会，人们当然会冲着皇后的钻石而来。可想而知，梦想一睹皇后钻石风采的参观者会怎样蜂拥着从世界各地接踵而至？

他几乎坐享其成，毫不费力就赚了大笔的钱财。

他就是后来美国赫赫有名的、享有“钻石之王”美誉的查尔斯·刘易斯·蒂梵尼——一个磨房主的儿子！

敢于不走寻常路，才能够有所创新。只有不因循守旧，才能发现新的生机。时代在变革，我们遇到的问题也总在变化，如果我们还守着旧的方法不肯松手，如果我们还照搬旧的教条不肯创新，怎么能解决新的问题呢？在许多事情上，我们失败的原因常常只有两种，一种是因为经验不足，而另一种则是因为经验过多，最后异化成“经验主义”，还何谈成功呢？经验不会总是正确的，凭经验办事有时也会出错。我们只有学会改变并且善于创新，才会离成功越来越近。只有告别对路径的依赖，才能够闯出个片不一样的天地！



让自己的短板变长——木桶理论

木桶最主要的作用是用来盛水，一个由多块木板构成的木桶，其价值在于其盛水量的多少；但决定木桶盛水量多少的关键因素不是其最长的板块，而是其最短的板块。

对于一只顶端不齐的木桶来说，其中的某一块木板或者几块木板再高也没有用，突出的木板再多一样不能盛水，反而是最短的那块木板制约着木桶的盛水量。

这就是由美国管理学家彼得提出的木桶原理。

“短板”是决定木桶盛水量的标尺。同样，缺点是限制一个人进步的重要障碍，所以低素质员工是影响企业发展的制约因素。个人要想取得成功，就一定不要让自己成为团队或组织中的“短板”，“短板”只会被淘汰。如何将“短板”变长，是决定企业发展和个人进步的关键。只有齐头并进，才能避免受到瓶颈的制约，才能在挑战中脱颖而出。找到你的“短板”，然后，想办法将它变长！

有一次，西纳救生圈公司的副总不得不开除一个很有前途的青年高级职员，因为他不能接受批评。这个职员是由由一个小学徒一步一步升上来的。他很有才干，所以升得很快，一直升到该公司的工程预算部主任，负责公司内部各项工程的预算。

有一天，一个速记员发现他在预算中算错了两千元，于是把详情呈报

给上司，后来经理也知道了这件事。这个年轻主任听后大发雷霆："这个速记员不该查我的核算，查出来也不该提出来。"经理问他到底是不是算错了，他说是的。"然而你以为速记员还是不应该说出来，而应该使公司受损失以维护你的威严吗？"那个人又说是的。经理就劝他，像他这样做事，是很难做出大的作为的。

时间过了很久，人们几乎忘记了此事，他在算一个工程时又出现了错误。当经理批评他时，他又像上一次一样，一点也没有认错的意思。后来那个经理经过仔细斟酌，解雇了这个年轻的主任。

"短板"的表现主要是企业在某一方面的职能不健全或弱化，特别是那些对于企业的发展起着关键作用的因素，如管理能力、资金、技术、人才问题等。如果这些因素难以和其他因素一起协调发展，那么就会使企业的整体运作能力降低，盈利能力降低。如果公司不开除这个不接受批评的主任，那么他迟早会成为公司发展的短板。

因此，一个组织、一个人不是凭借某一方面的超群或突出就能立于不败之地的，而是要看整体的状况和实力。一个人是否具有强的竞争力和穿透力，往往取决于他是否有薄弱环节，劣势决定优势，劣势决定生存。如果你某一关键能力真的非常薄弱，那么你就丧失了参与竞争的入场券，更不用说是与他人平分蛋糕了。

任何一个组织或许都有一个共同的特点，即构成组织的各个部分往往是优劣不齐的，但劣势部分却往往决定着整个组织的水平。问题是"最短的部分"是组织中一个有用的部分，你不能把它当成烂苹果扔掉，否则你会一点水也装不了！所以，对于短板，也不能简单地一换了之，而是要具体情况具体分析，争取将有用的短板变长。而对于短板自身来说，也要通过不断主动学习，不断进步来增进自己的实力，最起码要达到团队的平均水平，做到不拖后腿。

想要成功其实很简单，不做"短板"，就不会面临被淘汰的可能；做"长板"，才能成为企业和社会都离不开的人。

著名的体育专栏作家阿科·沃尔德曾报道过这样一件体育趣闻：

在全国女子网球单打比赛中，16岁的莫琳·康诺莉刚刚打败了顿丝·哈特。莫林直落两盘，轻松取胜。

要知道，顿丝·哈特可是温布尔敦网球公开赛的冠军，专家们评论她在和莫琳的比赛中已经发挥出了最好的水平，但仍不是这个加州十几岁少女的对手。前温网冠军玛丽·哈德维克·哈尔走进餐厅，向莫琳表示祝贺，而莫琳却"肆无忌惮"地说："玛丽，如果你在30分钟内能准备好的话，我想和你再练练，我的反手接球有点弱！"结果，她们几乎打了一个小时。

但是第二天，她还是再次赢得了全国冠军。沃尔德评论说："这个来自加州圣迭戈的小姑娘的故事令人回味无穷。在胜利的辉煌时刻她却说：'我想再练练'。"在以后的日子里，莫琳·康诺莉还是一如既往地完善自己，

这使得她能够在后来几年的网球比赛中一直保持“冠军”的地位。

就是这样，关注自己的薄弱环节，可以让自己成为一个全面的职业选手。而如果我们始终觉得自己有一方面突出的优势就可以，那么我们必将被社会所淘汰。只有让自己的短板变长，才可以最终胜出。

对于企业来说，也是如此。在一个企业中，许许多多的员工和部门共同构成了企业这个“木桶”，而决定企业整体质量和潜力，乃至最终的发展前景的因素却是这个企业中能力最低者或者能力不及的部门的水平，这实际上是因为最差者或者能力最弱的部门剥夺了能力最强者和最优者的努力，其实质是人才和资源的巨大浪费，当然也不会为企业带来增长，不会为员工们创造更多的福利。如果一个企业要寻求发展追求卓越，就必须把好员工关，无论是选择员工、培训员工还是回馈员工，都得秉持严格的标准。

劣势决定优势，劣势决定生死，这是市场竞争的残酷法则。木桶理论告诉我们，领导者要有忧患意识，如果你个人身上某个方面是“最短的一块”，你应该考虑尽快把它补起来；如果你所领导的集体中存在着“一块最短的木板”，你一定要迅速将它做长补齐，否则，它带给你的损失极有可能是毁灭性的，有些时候，往往就是因为一件事没做好而毁了之前所做的所有的努力。

最短的木板本是组织中有用的一个部分，只不过比其他部分短一些，你不能把它们当成烂苹果扔掉。强弱只是相对而言的，无法消除，问题在于你能够容忍这种弱点到什么程度，如果严重到成为阻碍工作的瓶颈，你就不得不有所动作。扬长才能避短，补短才能扬长，要让“短板”变成“长板”，这样才能齐头并进，发挥“1+1>2”的效应，获得成功。



为什么会根据形象来选人？——首因效应

在经济上大家都追求一本万利，在工作中都追求事半功倍，其实这并不是什么独门绝技，而是很容易掌握的小窍门，只要你留心就一定能学会。我们都知道第一印象很重要，其实这就是一个不费力收益又高的社交好方法。

第一印象效应在经济中有个专门的名词，叫做“首因效应”，也就是指两个素不相识的人，第一次见面时彼此留下的印象。最早的时候，美国心理学家洛钦斯于1957年首次采用实验方法研究首因效应。洛钦斯设计了四篇不同的短文，分别描写一位名叫杰姆的人：

第一篇文章整篇都把杰姆描述成一个开朗而友好的人；

第二篇文章前半段把杰姆描述得开朗友好，后半段则描述得孤僻而不友好；

第三篇与第二篇相反，前半段说杰姆孤僻不友好，后半段却说他开朗友好；

第四篇文章全篇将杰姆描述得孤僻而不友好。

洛钦斯请四个组的被试者分别读这四篇文章，然后在一个量表上评估杰姆的为人到底友好不友好。

结果表明，篇幅的前后是至关重要的，开朗友好在先，评估为友好者为78%，在后，则降至18%，首因效应极为明显。

首因效应是指人们根据最初获得的信息所形成的印象不易改变，甚至会左右对后来获得的新信息的解释。首因效应是人之常情，人人都有切身体验。首因效应是双方往后交往的依据。正性的、良好的印象，希望继续交往，增进关系；负性的、不好的印象，则拒绝继续交往，使关系了结。你若问他为什么？当事人似乎很难说得清，只是笼统地感到“喜欢”或“不喜欢”。

实验证明，第一印象是难以改变的。因此在日常交往过程中，尤其是与别人初次交往时，一定要注意给别人留下美好的印象。要做到这一点，首先，要注重仪表风度，一般情况下人们都愿意同衣着干净整齐、落落大方的人接触和交往；其次，要注意言谈举止，言辞幽默，侃侃而谈，不卑不亢，举止优雅，定会给人留下难以忘怀的印象。

首因效应在人们的交往中起着非常微妙的作用，只要能准确地把握它，定能给自己的事业开创良好的人际关系氛围。可是，如果不修边幅、大大咧咧，不注意自己的仪态言行，就很容易因不好的“首因效应”给自己带来不必要的损失。

有一次，一位朋友向林肯推荐了一位才识过人的阁员，但是总统在约见他之后，却不想启用这位人才，他告诉朋友说，这个人不修边幅、邋邋遢遢，他本人很不喜欢这样的人，因此不会用他。

这样一位伟大、英明的总统怎么也会犯以貌取人的错误呢？这也许让人感到奇怪。那位朋友也很气愤于林肯对于面貌的偏见，于是愤怒地责怪林肯以貌取人，说任何人都无法为自己的天生脸孔负责。这时林肯说：“一个人过了四十岁，就应该为自己的面孔负责。”那位阁员固然可能在某一领域做过大量深入的研究、就某些问题有着精辟过人的见解，但是如果他连约见总统的事都不放在心上，不能做到将自己最好的一面展示给总统，那么总统又怎么能够在最短的时间内判断出这个人是可用的、值得信任的呢？

虽然林肯以貌取人也有其可圈可点之处，但是我们却不能忽视第一印象的巨大影响作用，因而必须通过提高自身修养来提升自己的形象，为将来的成功奠定基础，搭好台阶。

坏的首因效应无疑是事业和社交途中的绊脚石，但反过来，好的首因效应则能够助你一臂之力，让你不费吹灰之力就得到意外的惊喜。

一家企业正处在销售的忙季，几乎人人动员加入到热火朝天的工作中

去，却没想到这时，一个毕业生贸然来到了人力资源部荧屏。

“你们需要一个工程师吗？”

“不需要！”

“那么设计助理呢？”

“不需要！”

“那么现场指挥、连通员呢？”

“不，没有空缺。”

“呃，你们一定需要这个东西。”说着他从包中拿出一块精致的小牌子，上面写着“无空缺，暂不雇用”。

经理看了看牌子，微笑着点了点头，说：“如果你愿意，可以到市场部工作。”

这个毕业生通过自己制作的牌子表达了自己的机智、乐观和幽默，给主管留下了很好的“第一印象”，引起了对方极大的兴趣，从而为自己赢得了一份满意的工作。如果他没有这份幽默感，在被拒绝之后傻乎乎站在那里，那么肯定不出一分钟就被人家打发走了，哪还有可能获得赏识呢？帮助他在一秒钟内打动主管的，正是一个幽默的举动和一句玩笑话。

不过有时候，我们都难免大意，遇到出丑、抓狂的事情，如果又在最狼狈的时候被别人遇到，自然会产生不好的第一印象。但是也不要因此而垂头丧气，只要日后好好干，还是有机会展现出自己最优秀的一面，让人刮目相看的。

一位刚毕业的女大学生来到一家企业工作。上班的第一天，因为路上不巧遇到车祸，她迟到了。随后，这位女大学生又因为不懂操作传真机，将办公室里传真机弄坏了，耽误了不少工作。这位女大学生上班的“第一印象”，在她的上司和同事面前，简直是糟糕透了。

同事和上司觉得她既没有礼貌，又给别人的工作带来麻烦。逐渐，这位女大学生发现同事都不愿意和她打交道，公共的传真机、复印机等设备都不容许她使用。而她的上司则对她十分冷淡，甚至都不愿意给她委派工作。

女大学生并没有放弃，她努力去扭转自己的第一印象。不懂的事情和工作，她主动向前辈求教，态度诚恳有礼；主动找朋友将自己弄坏的传真机修好，还帮其他同事检查了计算机；对同期进入企业的同事，她也表现出不耻下问的精神，主动向对方求教。

每天早上她都提前来到办公室，为一天的工作做好前期准备，对每个进办公室的人，包括上司都主动打招呼，而且面带笑容。大家对她的印象开始逐渐转变，而她则不敢有任何的放松，继续努力做好自己的工作。终于功夫不负有心人，她逐渐和同事“打成了一片”，也赢得了上司的欣赏和肯定。

人人都有自尊感，希望自己的外貌、学识、地位等方面得到他人的肯定或承认。

智者善于利用别人的这份好胜心，满足他人的自尊感，用礼貌谦和的态度对待别人。一句礼貌的赞美、一个礼貌的谦让，都可能让别人感受到你对他的尊敬和重视，从而感受到无比的快乐，自然也就提升了对你的印象分。所以，不要为自己没有在一分钟之内展现最好的一面而气馁，有的是机会让你表现，只要你足够优秀。

既然有时候会被第一印象迷惑，那么我们也要注意避免首因效应让我们妄下评论，错失人才和良机。一个人外在的形象虽然在一定程度上表示了他的品位、地位等方面，但是光以外貌取人，难免会犯错误。有时候，身份显赫的人为了保持低调而表现得平易近人，甚至穿戴平平让你一点都看不出来，如果你“只认衣冠不认人”往往就会得罪人；有时候，一些别有用心的人抓住了人们趋炎附势的心理，装出一副衣冠楚楚的样子，很容易让人上当受骗。有时以貌取人会识错人，如果要想使自己交的朋友不是烂肉，就必须从其他方面着手，而不是光以貌就能决定一个人的为人处世和品质的。

《三国演义》中道号水镜先生的司马德操曾说：“伏龙、凤雏，两人得一，可安天下。”“伏龙”即诸葛亮，“凤雏”即庞统。两人都是可安天下之才，但两人的境遇却截然不同：诸葛亮身居草庐，受刘备三顾而出；庞士元只身无主，前后两次向孙权、刘备求荐，均遭到冷落。看起来上苍实在很不公平。究其原因，其实与诸葛亮、庞统二人的形象有关。

孙权、刘备在见庞统之前，都久闻庞统大名，并都非常愿意与之相见。孙权说：“孤亦闻其名久矣。今既在此，可即请来相见。”刘备听说“江南名士庞统特来相投”，也特别的兴奋，“便教请入相见”，足见二人当时的急切心情。

但是他们两人所见到的庞统是个怎样的形象呢？庞统的相貌是“浓眉掀鼻，黑面短髯，形容古怪”，貌甚丑陋。庞统衣着是“道袍竹冠，皂袍素履”，一副寒酸打扮。见到庞统的这副“尊容”，孙权“心中不喜”，刘备“心中不悦”。看来他们所喜欢的是庞统的“江南名士”之名，而不是“形容古怪”之人。

另外，庞统的行为也很不检点，不注意必要的礼节，这也使他的整体形象受到严重的影响。他见刘备时“长揖不拜”，这确实有失礼节之处。

爱才的刘备、孙权都难免会犯下以貌取人的错误，不过好在刘备知错就改，挽回了才子的心，可是孙权醒悟得慢了一步，就等于将社稷人才拱手让人了。

俗话说，“路遥知马力，日久见人心”。我们既要避免凭先入为主的印象品评别人，也应该尽力给别人留下良好的第一印象，以获得无穷收益。一个好的第一印象，就是助你日后成功的最大资本！



通货膨胀与失业之间有什么关系？——菲利普斯曲线

菲利普斯曲线表明了失业率和通货膨胀率之间的交替关系，当通货膨胀率高时，失业率低；当通货膨胀率低时，失业率高。

菲利普斯曲线最早是由新西兰经济学家菲利普斯于1958年在英国任教时提出的。他从英国1861-1957年间的统计资料中发现，货币工资率的变化率和失业率之间存在着相对稳定的非线性负相关关系。当经济由收缩阶段向扩张阶段运动时，随着货币工资率的变化率的上升，失业率下降；当经济由扩张阶段向收缩阶段运动时，随着货币工资率的变化率的下降，失业率上升。

美国经济学家萨缪尔森和索洛在1960年做了进一步的研究，将货币工资率的变化率换成一般价格水平的变化率，从而为失业率和通货膨胀率之间建立了一种负相关关系，推动了凯恩斯主义的发展及其在经济政策方面的应用。

政府可以利用失业率与通货膨胀率之间一高一低或一低一高的替代关系，实施相应的宏观调控政策：当经济处于衰退阶段时，为了降低失业率，政府可采取扩大总需求的政策，提高通货膨胀率；当经济处于扩张阶段时，为了降低通货膨胀率，政府可采取紧缩总需求的政策，提高失业率。

进入20世纪70年代后，西方主要发达国家陷入“滞胀”之中，出现高失业率与高通货膨胀率并存的局面，现实状况不再支持菲利普斯曲线。货币主义提出，菲利普斯曲线只存在于短期，并不适用于长期；理性预期学派提出，只要人们的预期是理性的，菲利普斯曲线在长期和短期都不能成立，政府干预政策只能造成和扩大经济的周期波动，而不能平抑经济的周期波动。

菲利普斯曲线有三种表达方式，表明了三对经济变量的关系。

第一种菲利普斯曲线表明的是失业率与货币工资变化率之间的关系，可称之为“失业—工资”菲利普斯曲线。这是由当时在英国从事研究的新西兰经济学家A.菲利普斯本人于1958年最早提出的。它表明：失业率与货币工资变化率二者呈反向的对应变动关系，即负相关系。当失业率上升时，货币工资变化率则下降；当失业率下降时，货币工资变化率则上升。

第二种菲利普斯曲线表明的是失业率与物价上涨率之间的关系，可称之为“失业—物价”菲利普斯曲线。这是由美国经济学家萨缪尔森和索洛于1960年提出的。这条曲线表明：失业率与物价上涨率二者亦呈反向的对应变动关系。在一轮短期的、典型的经济周期波动中，在经济波动的上升期，失业率下降，物价上涨率上升；在经济波动的回落期，失业率上升，物价上涨率下降。

第三种菲利普斯曲线表明的是经济增长率与物价上涨率之间的关系，可称之为“产出—物价”菲利普斯曲线。这是后来许多经济学家所惯常使用的。这种菲利普斯曲线以经济增长率代替了第二种菲利普斯曲线中的失业率。这一代替是通过“奥肯定律”实现的。美国经济学家奥肯于1962年提出，失业率与经济增长率具有反向的对应变动关系。这样，经济增长率与物价上涨率之间便呈现出同向的对应变动关系。

以上三种形状的菲利普斯曲线，反映了美国、英国等西方一些国家在20世纪五六十年代的情况。它们分别表明了失业率与货币工资变化率之间的反向对应关系、失业率与物价上涨率之间的反向对应关系、经济增长率与物价上涨率之间的同向对应关系。我们将这三种形状的菲利普斯曲线称为基本的菲利普斯曲线，将它们分别表明的两个反向和一个同向的对应变动关系称为基本的菲利普斯曲线关系。



第三产业就业人员的比重不断增大——配第-克拉克定理

年　份	人均GDP(元)	就业人员构成比重(%)		
		第一产业	第二产业	第三产业
2001年	12015	33.2	30.2	36.6
2002年	13000	34.4	28.7	36.9
2003年	14270	34.7	28.2	37.1
2004年	15835	34.4	28.0	37.6
2005年	18983	34.1	28.1	37.8
2006年	21788	33.7	27.7	38.6
2007年	25725	32.4	27.6	40.0

配第—克拉克定理是提示经济发展过程中产业结构变化的经验性学说。早在17世纪，西方经济学家威廉•配第就已经发现，随着经济的不断发展，产业中心将逐渐由有形财物的生产转向无形的服务性生产。1691年，威廉•配第根据当时英国的实际情况明确指出：工业往往比农业、商业往往比工业的利润多得多。因此劳动力必然由农转工，而后再由工转商。英国经济学家克拉克在威廉•配第的研究成果之上，计量和比较了不同收入水平下，就业人口在三次产业中分布结构的变动趋势后得出了该定理。克拉克认为他的发现只是印证了配第在1691年提出的观点而已，故后人把克拉克的发现称之为配第-克拉克定理。

配第-克拉克定理的主要形成机制有

①收入弹性差异：第一次产业的属性是农业，而农产品的需求特性是当人们的收入水平达到一定程度后，难以随着人们收入增加的程度而同步

增加，即它的收入弹性出现下降，并小于第二次产业、第三次产业所提供的工业产品及服务的收入弹性。所以，随着经济的发展，国民收入和劳动力分布将从第一次产业转移至第二、第三次产业。

②投资报酬（技术进步）差异：第一次产业和第二次产业之间，技术进步有很大差别，由于农业的生产周期长，农业生产技术的进步比工业要困难得多，因此，对农业的投资会出现一个限度，出现“报酬递减”的情况。而工业的技术进步要比农业迅速得多，工业投资多处于“报酬递增”的情况，随着工业投资的增加，产量的加大，单位成本下降的潜力很大，必将进一步推动工业的更大发展。

在产业结构理论中，“配第—克拉克定理”表述为：随着经济的发展，第一次产业国民收入和劳动力的相对比重逐渐下降；第二次产业国民收入和劳动力的相对比重上升，经济进一步发展，第三次产业国民收入和劳动力的相对比重也开始上升。

配第—克拉克定理不仅可以从一个国家经济发展的时间序列分析中得到印证，而且还可以从处于不同发展水平的不同国家在同一时点上的横断面比率中得到类似的验证，即人均国民收入水平越低的国家，农业劳动力所占份额相对越大，第二、三产业劳动力所占份额相对越小；反之，人均国民收入越高的国家，农业劳动力在全部就业劳动力中的份额相对越小，而第二、三产业的劳动力所占份额相对越大。



失业率和GDP之间有什么关系？——奥肯定律

经济增长与失业问题困惑着世界上所有的国家。由于中国的特殊国情，经济增长与失业问题显得更加突出和引人关注。

失业意味着生产要素的非充分利用，失业率的上升会伴随着实际GDP的下降，描述失业率和GDP之间的这一关系的经验规律称为奥肯定律。

1962年，美国经济学家阿瑟•奥肯提出：“劳动力需求的水平，在动态意义上主要决定于经济增长。经济增长速度快，对劳动力的需求量相对较大，就业岗位增加，就业水平高，失业率低；经济增长速度慢，对劳动力的需求量相对较少，就业水平低，失业率高。”这就是著名的“奥肯定律”，它不仅可以对此前一些国家经济增长与就业的关系做出诠释，也被此后日本及许多国家和地区的发展所验证。

可是在我国，“奥肯定律”却并不灵验。尽管这些年来我国经济依然保持着高速增长，但是对就业的拉动能力不仅没能上升，反而呈现下降趋势。20世纪80年代初，我国每一个百分点的经济增长能拉动就业增长约0.4个百分点；90年代初，能拉动约0.3个百分点；到21世纪则下降到0.1个百分点。与高增长相伴的不是低失业、高就业，相反却是失业的增加。

“奥肯定律”在我国之所以失灵，并不是因为结构调整和技术进步，而是经济增长的目的性和发展观出了偏差。从经济增长与就业的关系看，增长是就业的必要条件，没有经济增长，就业的扩大就成为无源之水、无米之炊。但是经济增长却不是就业的充分条件，既不是什么样的经济增长都具有同等的促进就业的效果，也不是仅仅依靠经济增长就可以扩大就业和治理失业。只有将治理失业和扩大就业作为政府工作的重要内容和独立目标，而且是政府工作的优先目标，这样经济增长才会与扩大就业相得益彰。

理清经济的迷局
——金融篇



为什么贷款容易，还款难？——利率

在人们的传统观念中，向银行贷款比较难，而向银行还款非常容易。但是，现在却出现了这样的情况，贷款容易，还款难。

钱先生在北京一家有名的IT公司工作，5年前他的月收入是2000多元，现在的月收入是6000多元。3年前他贷款30万元，加上从家里凑的10多万元，在北京南三环附近买了一套96平方米的房子。当时的房价是4600元/平方米，钱先生每月拿出收入的一半，也就是1000元来还房贷。但是就钱先生现在的收入水平而言，他可以每月还贷3500元，既能缩短还款期限，又可节省利息支出。

可是让钱先生不明白的是，他提前还贷银行怎么还不乐意呢？

其实，这里面最主要的就是牵扯到国家利率问题。利率又称利息率。表示一定时期内利息量与本金的比率，通常用百分比表示，按年计算则称为年利率。其计算公式是：利息率=利息量÷本金。

利率是老百姓最容易忽视的一个因素，因为大多数老百姓都会以为利率和自己没有太多的关系。上升一点，下跌一点都不重要，所以平时很不关心。其实利率是经济学中一个重要的金融变量，几乎所有的金融现象、金融资产均与利率有着或多或少的联系。当前，世界各国频繁运用利率杠杆实施宏观调控，利率政策已成为各国中央银行调控货币供求，进而调控经济的主要手段。在萧条时期，降低利息率，扩大货币供应，刺激经济发展；在膨胀时期，提高利息率，减少货币供应，抑制经济的恶性发展。利率政策在中央银行货币政策中的地位越来越重要。

利率影响经济的路线图如下：

当经济过热的时候→利率提高→贷款减少→投资减少→企业生产减少→工资降低→消费减少→储蓄增加→经济衰退

当经济低迷的时候→利率降低→贷款增加→投资增加→企业生产增加→工资增加→消费增加→储蓄减少→经济增长

在国家利率提高的时候，这就意味着一个经济的高峰期要过去了，下一个经济周期必然是低迷的时候，比如1997年通货膨胀，由于连续的提高利率导致1998年的通货紧缩，再比如2007年的通货膨胀，由于连续提高利率，导致了2008年的经济危机。利率的变化对老百姓而言就是一个信号，可以根据这信号，进行消费或投资。利率降低的时候，日常生活用品的价格肯定也会低迷一段时间，利率上升的时

候，物价也肯定会高涨一段时间，任何经济政策从执行到发挥效力，中间总有一个过程，而且在国家层面而言，不可能使利率忽高忽低，必然中间有一个过程，一开始提高一点，接着再提高一点，或者是一开始降低一点，接着再降低一点。但大的趋势是一直降低下去或提高上去的，所以完全可以依据这个趋势和过程，来判断股市、房市，以及其他的产品的投资和消费的情况。

上例中出现的“贷款易，还贷难”的问题，就有深刻的经济背景。在2007年的时候，我国的通货膨胀问题非常突出，为了遏制膨胀，抑制经济过热，国家多次提高利率。对于贷款买房的消费者来说，无形中加重了利息负担。为了不多掏钱，他就会选择提前还贷。可对于银行来说，利率提高是好事，可以多收利息，可这时候消费者却提前还贷，它当然不乐意了，于是出现推三阻四的情况也就是必然的。

利率可以从不同的角度来划分和分类。按计算利率的期限单位可分为年利率、月利率与日利率；按利率的地位可分为基准利率与一般利率；按利率的决定方式可分为官方利率、公定利率与市场利率；按借贷期内利率是否浮动可分为固定利率与浮动利率；按信用行为的期限长短可分为长期利率和短期利率；按利率的真实水平可分为名义利率与实际利率；按借贷主体不同可分为中央银行利率（包括再贴现、再贷款利率等）、商业银行利率（包括存款利率、贷款利率、贴现率等）、非银行利率（包括债券利率、企业利率、金融利率等）；按是否具备优惠性质可分为一般利率和优惠利率。

从分类上看各种利率似乎没有联系，但是它们之间是相互交叉的。例如，某人存了一笔钱，期限是3年，利率为4.95%，这一利率既是年利率，又是固定利率、长期利率与名义利率。各种利率及其内部之间都有着相应的联系，所有利率共同构成一个有机整体，从而形成一个国家的利率体系。

利率是社会生活中非常重要的一个因素，一个好的商人对利率非常敏感，利率是经济运行的预报，平时百姓多关心利率对自己的消费和理财有着至关重要的影响，因为利率是金融工具和货币政策工具，除了对国家的经济走势有影响外，而且还可以根据利率来判断汇率、基金、股票、黄金、房产等行业的情况，而这些行业的情况又可以间接影响到其他工业品和消费品行业，比如利率提升，股票价格下跌，房产资金链紧张，急于回笼资金，降价销售，由于房产行业收租迫切，其他企业也急需回笼资金，投资在股市上的钱也要撤回填补到企业生产上，商品就会降价。只要利率存在，就可以根据它来分析很多事情。这对广大居民的生活帮助是非常大的。



为什么从一粒麦子迅速变成了天文数字？——复利

从前，有一个国王很爱下象棋，而且他的棋艺高超，从未遇到过敌手。

为了找到对手，他下了一份诏书，说不管是谁，只要下棋赢了国王，国王就会答应他的任何要求。

一个年轻人来到皇宫，要求与国王下棋。经过紧张的激战后，年轻人终于战胜了国王，国王问这个年轻人要什么奖赏，年轻人说他只要一点小奖赏：就是在他们下棋的棋盘上放上麦子，棋盘的第一个格子中放上一粒麦子，第二个格子中放进两倍于前一个格子中麦子数量的麦子，接下来每一个格子中放的麦子数量都是前一个格子中的两倍，一直到将棋盘每一个格子都摆满为止。

国王以为要求很小，于是就痛快地答应了。但很快国王就后悔了，因为即使他将自己国库所有的粮食都给这位年轻人，也不够百分之一。因为从表面上看，年轻人的要求起点十分低，从一粒麦子开始，但是经过很多次的翻倍，就迅速变成庞大的天文数字了。

这就是复利的神奇力量！曾经有人问爱因斯坦："世界上最强大的力量是什么?"他的回答不是原子弹爆炸的威力，而是"复利"。

虽然起点很低，但通过复利却可以达到人们所无法估量的程度。但复利不仅仅是数字游戏，最重要的是告诉我们有关投资和收益的哲理。人生追求财富的过程，不是百米冲刺，也不是马拉松式的长跑，而是在更长的时间跨度上所进行的耐力比赛。只要坚持复利的原则，即使刚开始的投入不太大，也能因为足够的耐心加上稳定的"小利"而很漂亮地赢得整场比赛。

如何将10元变成100万元呢？有两种方法：第一种方法，只要您每日将10元放进存钱罐里留着不用，一个月可攒下300元，每年可攒下3600元。倘若您继续储蓄，便会在277年后存够100万元了。第二种方法，如果每年年底将3600元用做投资，以过去30年美国标准普尔500指数年平均回报率12%计算，成为百万富翁只需要31年。著名的"72法则"就是指一笔投资变成两倍所需要的时间恰巧是72除以年回报率。例如一笔年回报率为7.2%的投资，10年后本利和将是原始投资的两倍；如果这笔投资的年回报率为12%，那么原始投资翻倍的时间就是6年。试想，你有10万元钱，从现在起就投资于年利率为12%的固定收益产品，那么6年后你的财富就翻倍了。

我们在计算投资回报时，常喜欢用利滚利来形容某项投资的高回报，如果用专业的理财术语来表述，利滚利就是所谓的复利。复利指的是把投资所获取的利息或赚到的利润加入本金，继续赚取回报。举例来说，假定某投资工具每年有10%的回报，以单利计算，投资100万元，每年可以赚10万元，10年可以赚100万元，多出一倍。但如果以复利计算，年获利也是10%，但每年实际赚取的金额却会不断增加，以前述的100万元投资来说，第一年赚10万元，本金变为110万元；第二年赚的就是110万元的10%，即11万元，依次类推，第三年则是12.1万元，等到第十年总投

资获利是近160万元，比本金多出了1.6倍，这就是被爱因斯坦称为世界第八大奇迹的”复利“的魔力了。

复利就是一笔存款或者投资获得回报之后，再连本带利进行新一轮投资，这样不断循环，就能够追求复利。复利终值的计算公式是：

$$S=P(1+i)^n$$

式中：P为本金；i为利率；n为持有期限。

其中持有期限是影响复利效果的关键因素。这个“期数”也称为时间因子，是整个公式中相当关键的因素，一年又一年（或一月又一月）地相乘下来，数值就会越来越大。也就是说，投资人采取复利方式来投资，最后的回报将是每一期的回报率加上本金后不断相乘的结果，期数越多获利就越大。

和复利相对应的是单利，单利只根据本金算利，没有利滚利的过程，但这两种方式所带来的利益差别一般人却容易忽略。假如投入1万元，每一年收益率能达到28%，57年后复利所得为129亿元。可是，若是单利，28%的收益率，57年的时间，却只能带来区区16.96万元。这就是复利和单利的巨大差距。

由此可见，在复利模式下，一项投资所坚持的时间越长，带来的回报就越高。在最初的一段时间内，得到的回报也许是不理想的，但只要将这些利润进行再投资，那么你的资金就会像滚雪球一样，变得越来越大。经过年复一年的积累，你的资金就可以攀登上一个新台阶，这时候你已经在新的层次上进行自己的投资了，你每年的资金回报也已远远超出了最初的投资。

这种由复利所带来的财富的增长，被人们称为“复利效应”。不但投资理财中有“复利效应”，在和经济相关的各个领域其实也广泛地存在着复利效应。比如，一个国家，只要有稳定的经济增长率，保持下去就能实现经济繁荣，从而增强综合国力，改善人民的生活。从这个角度来看，“可持续发展”这个时髦的词汇，实质上也就是追求复利的另一种说法。

其实，人生中也有和复利效应类似的道理。比如，一个人一年取得的成就也许微不足道，但如果他每年都能在过去的基础上前进，长此以往，就会获得巨大的成就。人生的价值虽然难以用复利的计算方法进行数字计算，但随着时间的推移，同样的起点却会导致不同的人生。在个人成就上，不同的人之间可以有着遥不可及的距离。人和人年轻时可能起点差不多，理想也差不多，但是一生的成就却千差万别，有的成就卓越，有的则一事无成，碌碌一生。这是“复利”的力量在人生历程中的体现。

复利揭示了成功投资最简单的本质。其实不管是投资还是人生，“复利”的魅力都同样有效。在竞争激烈的现代社会，竞争中胜出的法则是狭路相逢勇者胜；勇者相逢智者胜；智者相逢韧者胜。只要我们持之以恒，终究会取得辉煌的成就。



金融交易活动的场所——金融市场

金融市场是指资金供应者和资金需求者双方通过信用工具进行交易而融通资金的市场，从广义上说，是实现货币借贷和资金融通、办理各种票据和有价证券交易活动的市场。

金融市场又称为资金市场，包括货币市场和资本市场，是资金融通的市场。所谓资金融通，是指在经济运行过程中，资金供求双方运用各种金融工具调节资金盈余的活动，是所有金融交易活动的总称。在金融市场上交易的是各种金融工具，如股票、债券等。金融市场对经济活动的各个方面都有着直接而深刻的影响，如个人财富、企业的经营、经济运行的效率等都直接取决于金融市场的活动。

货币市场指期限在一年以内的短期债务工具市场，所交易的金融工具包括银行承兑汇票、商业票据、回购协议、可转让存款证以及国库券等。货币市场工具一般来说是相当安全的资产，适合作为短期闲置资金的投资标的。

货币市场主要解决市场主体的短期性、临时性资金需求，所使用的金融工具主要有同业拆借协议、存单、票据、短期国债等，相应地，货币市场可分为同业拆借市场、票据市场、可转让大额定期存单市场和短期债券市场。货币市场中各金融工具的共同特点是期限短、流通性强、交易成本低和风险低。

资本市场亦称“长期金融市场”、“长期资金市场”，是期限在一年以上的各种资金借贷和证券交易的场所。资本市场上的交易对象是一年以上的长期证券。因为在长期金融活动中，涉及的资金期限长、风险大，具有长期较稳定收入，类似于资本投入，故称之为资本市场。

资本市场上资本出让的合同期一般在一年以上，这是资本市场与短期的货币市场和衍生市场的区别。

资本市场可以分为一级市场和二级市场。

在一级市场上新的吸收资本的证券发行并被投资者需求。

在二级市场上已经发行的证券易手。

假如一个市场符合证券交易所的要求，则这个市场是一个有组织的资本市场。一般来说通过时间和地点的集中这样有组织的市场可以提高市场流通性、降低交易成本，以此提高资本市场的效应。

与货币市场相比，资本市场主要有以下特点。

（1）融资期限长。至少在1年以上，也可以长达几十年，甚至无到期日。

（2）流动性相对较差。在资本市场上筹集到的资金多用于解决中长期

融资需求，故流动性和变现性相对较弱。

(3) 风险大而收益较高。由于融资期限较长，因此发生重大变故的可能性也大，市场价格容易波动，投资者需承受较大风险。同时，作为对风险的报酬，其收益也较高。在资本市场上，资金供应者主要是储蓄银行、保险公司、信托投资公司及各种基金和个人投资者；而资金需求方主要是企业、社会团体、政府机构等。其交易对象主要是中长期信用工具，如股票、债券等。资本市场主要包括中长期信贷市场与证券市场。

我国具有典型代表意义的资本市场包括四部分。

(1) 国债市场。这里所说的国债市场是指期限在一年以上、以国家信用为保证的国库券、国家重点建设债券、财政债券、基本建设债券、保值公债、特种国债的发行与交易市场。

(2) 股票市场，包括股票的发行市场和股票的交易市场。

(3) 企业中长期债券市场。

(4) 中长期放款市场，该市场的资金供应者主要是不动产银行、动产银行；其资金投向主要是工商企业固定资产更新、扩建和新建；资金借贷一般都需要以固定资产、土地、建筑物等作为担保品。



谁在为资金盈余和短缺者牵线搭桥？——金融中介

我们肯定对《西厢记》中的红娘印象深刻，红娘聪明伶俐、妙语连珠。在崔莺莺和张生的婚姻中，她是成全这桩美满婚姻的关键人物。所以在社会上从事婚姻介绍工作的人或者偶尔为青年男女牵线搭桥者，人们都愿称之为“红娘”。可是你知道吗，在金融市场中也有“红娘”。

在经济生活中，银行、证券公司等金融机构为资金盈余者和资金短缺者牵线搭桥，实质上也在扮演着红娘的角色。

发明家普兹茂发明了一种低廉的机器人，它能清扫房屋、洗车、割草等。可惜的是这位发明家没有足够的资金把他的发明投入生产。老人沃尔特有大笔存款，这是他和妻子多年的积蓄，但是目前并没有可用的地方。如果我们让普兹茂和沃尔特合作，让沃尔特把资金提供给普兹茂，普兹茂的机器人就能研制成功并推入市场，我们会有更干净的房子、更鲜亮的汽车和更漂亮的草坪，经济社会的福利也会得到改善。

金融市场（股票和债券市场）和金融中介机构（银行、保险公司、基金）最基本的功能就是使像普兹茂和沃尔特这样的人相互合作，将资金从那些由于支出少于收入而有多余资金的人手中转移到由于支出大于收入而

短缺资金的人手中，以产生更大的经济和社会效益。

金融中介使筛选企业经营者的机制社会化。在小商品经济即高利贷时代，企业经营者一般是企业的直接所有者，在这种情况下，社会对企业经营者的筛选功能基本上可以忽略。货币银行金融机制产生后，社会对企业经营者的筛选功能开始加强，即缺乏专门知识和管理经验的人一般难以取得银行贷款。证券、证券市场、投资银行等新型金融中介的活动，把对企业经营者的监督机制从单一银行体系扩展到了社会的方方面面，使企业的经营机制获得了极大改善，使企业的行为和决策更加合理化。

金融中介一般由银行金融中介及非银行金融中介构成，具体包括商业银行、证券公司、保险公司以及信息咨询服务机构等中介机构。资金沿着两条路从资金盈余者手中转入资金短缺者手中。一条是资金盈余者把钱存入银行，然后由银行作为中介把吸收到的存款整合起来贷放给资金短缺者。并从资金短缺者那里收取一定的资金使用费，即贷款利息的一部分，用于支付资金盈余者把钱存入银行的储蓄利息。存贷款利差就是银行作为中介人的手续费。这是一种间接融资的形式。另一条是资金盈余者在金融市场上直接购买资金短缺者发行的借款凭证，如债券、股票等。资金短缺者可以用收集到的资金投入生产，并定期支付利息或股息。

为什么这种将资金从储蓄者手中引导到支出者手中的融通对经济如此重要呢？回答是：储蓄者常常并不是拥有有利投资机会的人。假设今年你储蓄了10000元，但是，由于没有金融市场，你可能既不借款也不贷款，只能把钱压在箱底等待消费了。一年过去了，如果你没有把这些钱花掉，那么你仍然只有10000元而得不到利息。然而，如果联想公司把你的10000元用于开发新产品，由此每年赚取额外的2000元；如果你与可口可乐公司取得联系，那么，你可以把10000元以购买公司债券的形式贷放给他，每年获取1000元的利息，这样，你们双方都能获利。一年后你的资产不是原封不动，而是生出来1000元，这就是所谓的“钱生钱”。如果没有金融市场，你与可口可乐公司可能永远都不会有机会合作。如果没有金融市场，没有投资机会的人便很难把资金转移给有投资机会的人；双方都只能维持现状，企业得不到发展资金，经济也将失去活力。

金融市场的存在不仅对提高企业生产有益，而且对于个人也是有益的。比如，你新婚燕尔，有一份称心如意的工作，还想购置一套住宅。尽管你的薪水丰厚，但是因为你刚刚参加工作，所以积蓄甚微。如果没有金融市场，你只能继续住在狭小的公寓里，直到某一天攒了足够的钱去买房。可那时你也许已经步入中年或晚年，已在狭小的公寓里度过了大半生，可能已经没有那么强烈的购房欲望了。如果存在银行这样的金融中介，你可以贷款买房，即使要支付一些利息，你还会为在青年时光就能享有一套属于自己的住宅而感到十分高兴。这样，当你积蓄了足够多的资金之时，就可以偿还贷款。总的结果是，你的境况得到改善；向你贷款的人们也得到了益处——赚了一笔利息。

金融中介连接起资金盈余者和短缺者，促成他们的美事，从而使资金的流动畅通无阻。运行良好的金融市场和金融中介机构对于提高经济运行效率以及经济的健康运行是非常关键的。



货币流通的中转站——银行

银行一词源于意大利语Banca，意思是板凳，供早期的银行家在市场上进行交易时使用。英语转化为bank，意思为存放钱的柜子。早期的银行家被称为“坐长板凳的人”。

最早的银行业发源于西欧古代社会的货币兑换业。最初货币兑换商只是为商人兑换货币，后来发展到为商人保管货币，收付现金、办理结算和汇款，但不支付利息，而且收取保管费和手续费。随着工商业的发展，货币兑换商的业务进一步发展，他们手中聚集了大量资金。货币兑换商为了谋取更多的利润，利用手中聚集的货币发放贷款以取得利息时，货币兑换业就发展成为现在的银行了。

公元前2000年的巴比伦寺庙、公元前500年的希腊寺庙，都已经有了经营保管金银、收付利息、发放贷款的机构。近代银行产生于中世纪的意大利，由于威尼斯特殊的地理位置，使它成为当时的贸易中心。1171年，威尼斯银行成立，这是世界上最早的银行，随后意大利的其他城市以及德国、荷兰的一些城市也先后成立了银行。

当时这些银行主要的放款对象是政府，并带有高利贷性质，因而不能适应资本主义工商业发展的要求。最早出现的按资本主义原则组织起来的股份银行是1694年成立的英格兰银行。

在我国，明朝中叶时期就形成了具有银行性质的钱庄，到清代又出现了票号。第一次使用银行名称的国内银行是“中国通商银行”，成立于1897年5月27日，最早的国家银行是于1905年创办的“户部银行”，后称“大清银行”，1911年辛亥革命后，大清银行改组为“中国银行”，一直沿用至今。

那么银行在商业活动中，是如何担当起货币流通的中转站的角色的呢？假如银行有100元存款，银行借给别人，才有利息，才有赚钱。银行怎么赚钱？通过息差赚钱，比如，银行通过息差赚取2%的利息。银行不能100%放贷。如果老百姓存了100元钱，银行全都放贷了，当人取钱时，银行没钱给人怎么办？这就会造成金融危机。因此，中央银行要求每一家银行必须要保存一定的存款准备金，这样才能防止出现别人来取钱时，没有钱兑付的状况。中央银行时刻要求保留一定的存款准备金，即银行就会把储户存款的一部分拿来放贷，剩下的不能放，放了就麻烦了。老百姓去提款的时候，银行没钱，那是件很麻烦的事情。所以存款准备金如果是20%，那就是20%的存款留在银行，供提款人取现金用。也就是说，如果银行有100元钱

的存款，他就只能放贷80元。银行就是通过这样不断地吸纳存款，不停地发放贷款来完成货币的流通的，并在货币的流通中赚取利润。

到18世纪末19世纪初，规模巨大的股份银行纷纷建立，成为资本主义银行的主要形式。随着信用经济的进一步发展和国家对社会经济生活干预的不断加强，又产生了建立中央银行的客观要求。1844年改组后的英格兰银行可视为资本主义国家中央银行的鼻祖。到19世纪后半期，西方各国都相继设立了中央银行。早期的银行以办理工商企业存款、短期抵押贷款和贴现等为主要业务。现在，西方国家银行的业务已扩展到证券投资、黄金买卖、中长期贷款、租赁、信托、保险、咨询、信息服务以及电子计算机服务等各个方面。

现代银行的结构非常繁杂，按职能可划分为中央银行、商业银行、投资银行、储蓄银行和其他专业信用机构。它们构成以中央银行为中心、以股份商业银行为主体、各类银行并存的现代银行体系。



把钱存入银行——储蓄

先哲早已告诉我们，储蓄是一种美德，挥霍浪费可耻。这个古老的智慧，反映了我们共同的道德判断，以及未雨绸缪的明智抉择。但是这个世界上总有许多挥霍成性的人，也总有许多理论家，为挥霍行为寻找合理化的借口。

古典经济学家勇于驳斥他们那个时代的种种谬论，他们认为符合个人最佳利益的储蓄政策，也符合国家的最佳利益。他们指出，懂得长远打算的理性储蓄者，不但不会对整个社会有害，反而有益。但当今社会，古老的节俭美德连同古典经济学家的警醒之言却受到抨击，许多人搬出反对节俭的新理由，提倡支出的论调已蔚然成风。

为了把这个基本的问题尽可能讲清楚，我们再来借用经济学家巴斯夏所举的一个经典例子。假设有两兄弟各继承了一笔财富，每年有50000美元的收益，但是其中一人挥金如土，另一人谨慎节俭。我们在这里忽略掉所得税以及两兄弟是否应该去工作赚钱，是否该把大部分钱捐给慈善机构的问题，因为这些问题和我们接下来要谈的主题无关。

哥哥阿尔文是个挥霍者，他不仅有挥霍的性情，而且有挥霍的信念。他是卡尔·洛贝图斯的忠实信徒。在19世纪中叶，洛贝图斯宣称资本家“必须将他们赚来的钱全部用于享受和奢靡”，因为如果他们“决定节省，……商品将积压，部分工人将失业”。阿尔文常出入夜总会；小费出手十分大方；他爱讲排场，养了很多仆从；他有两名私家司机，车子买了一辆又一辆；他畜养一批赛马；他喜欢驾游艇出航，去各地观光；他给太太买钻石项链和毛皮大衣；他送朋友贵重却派不上用场的礼物。

为了这一切，他只好动用老本，但他义无反顾。如果节省是一种罪恶，不节省当然就是美德；再说这么做，可以补偿吝啬鬼弟弟本杰明由于节省犯下的罪行。

不用说，阿尔文对于男女服务生、餐厅老板、皮货商、珠宝商、各类奢侈品店家来说都是最受欢迎的人，他被视为众人的财神爷。大家都看得很清楚，正是他四处挥洒钞票，人们才有那么多工作可做。

弟弟本杰明的人缘比起哥哥来简直相形见拙。他很少光顾珠宝店、皮货店和夜总会，也不会亲昵地直呼侍者领班的名字。与阿尔文年年吃老本不同，本杰明要谨慎得多。他一年的花销在25000美元左右。在那些目光短浅的人看来，他提供的工作机会显然不及阿尔文的一半，另外25000美元则丝毫没有派上用场，就像那笔钱根本不存在一样。

且慢！让我们来看看本杰明究竟是如何支配那另外25000美元的。那笔钱，他并没有放在钱袋子、书桌抽屉和保险箱里面。他把钱存到银行，或者拿去投资。如果他是存到商业银行或储蓄银行，银行会借给企业用作周转资金，或用于购买证券。换句话说，本杰明的钱用于直接或间接投资。这些钱被用于投资购置或建造生产资料——房屋、写字楼、工厂、轮船、卡车、机器。本杰明投入这些用途的数额与他将钱直接用于消费的数额一样多，都能使钱进入流通、创造就业机会。

总之，现代世界中的“储蓄”，只是支出的另一种形式。两者的差别，通常在于前者把钱交给别人用于扩大生产。就提供就业机会来说，本杰明既“储蓄”又“支出”带来的效果，与阿尔文单纯支出的效果一样，他们投入流通的资金也一样多。主要区别就在于，阿尔文花钱提供的就业机会，每个人都看得到；而要认清本杰明储蓄的钱所起到的同样的作用，则需要我们做进一步的观察和思考。

12年后，阿尔文破产了。他不再流连于夜总会和时尚精品店；那些曾奉他为财神爷的人如今谈起他时，都嘲笑他是傻蛋一个。他写信向本杰明借钱。本杰明的支出和储蓄比率还是和以前一样，由于投资收益不断增长，通过他的投资创造的就业机会不仅数量更多，并且那些工作待遇更加好、劳动生产率更高。他的资本财富和收入都比以前更高了。简单来说，他增加了国家的生产能力，阿尔文却没有。

近些年来，关于储蓄的谬论层出不穷，不能都借用上面两兄弟的例子来加以驳斥，有必要针对那些谬论进行进一步的探讨。许多谬论连最基本的概念都搞混了，甚至到了令人匪夷所思的地步，犯这种错误的人中不乏知名经济学者。例如，储蓄一词有时被用来单指蓄藏金钱，有时被用去指投资，这个词被用来用去而不加区分。



为自己的未来投资——保险

公元前2500年前后，古巴比伦王国国王命令僧侣、法官、村长等收取税款，作为救济火灾的资金。

古埃及的石匠成立了丧葬互助组织，用交付会费的方式解决收殓安葬的资金。

古罗马帝国时代的士兵组织，以集资的形式为阵亡将士的遗属提供生活费，逐渐形成保险制度。

随着贸易的发展，大约在公元前1792年，正是古巴比伦第六代国王汉谟拉比时代。此时商业繁荣，为了援助商业及保护商队的骡马和货物，在汉谟拉比法典中，规定了共同分摊补偿损失的条款。

公元前916年，在地中海的罗德岛上，国王为了保证海上贸易的正常进行，制定了罗地安海商法，规定某位货主遭受损失，由包括船主、所有该船货物的货主在内的受益人共同分担，这是海上保险的滥觞。这种共同承担风险损失的办法，就是近代保险的萌芽。

人们因为厌恶风险而规避风险，保险就应运而生了。保险是人们为了对付由意外事件如疾病、事故或其他不幸所引起的财务风险而购买的安全性保障。人们向保险公司支付保险费，换回一个承诺，即如果所保险的事件发生，保险公司将进行赔偿。保险并没有消灭风险，而是转换了风险：风险原来由投保人自己承担，现在由保险公司承担。

通俗地讲，其实“保险”就是“互助”，互相帮助解决经济上的困难。保险公司就是提供了一个许多人互助的平台。在我们传统的社会里，家里发生了不如意的意外事情，我们都会通知亲戚朋友并请他们来帮忙，但是亲戚朋友是有限的，能发挥的力量也是有限的。

假如一个人现在得了非常严重的病，他的家人通知亲戚朋友来帮忙，能写出100个名单就已经很不错了，假设平均一个人拿出1000元来帮忙，总共合起来也不过10万元，这些钱用于看病都非常紧张，如何能照顾家人今后的生活呢？但是，假使这个人有10万个亲戚朋友，每一个人只要拿出10块钱，就能凑到100万元的大数目。一个人拿出10块钱是太容易了，但是要认识10万个亲戚朋友，却谈何容易？恐怕一辈子也认识不到那么多人。然而，通过保险，就能帮你去结交10万个亲戚朋友，而当他们当中的任何一个人发生最不如意的事情时，我们都会拿出10块钱来帮他，凑成100万解决他的经济危机。有一天，最不如意的事情发生在我们身上时，别人也都会拿出10块钱，凑成100万来帮忙我们。

保险实际上是一种分散风险、集中承担的社会化安排，是“我为人人，人人为我”的制度。保险公司不过是公平合理地收集、管理、分配这些互助基金的中间人而已。我们平时帮助人愈多，当发生急难时，别人也帮助我们愈多。从经济学的角度来看，保险是对客观存在的未来风险进行转移，把不确定损失转化为确定成本——保险费。就意外伤害来说，我们每个人每时每刻都面临着遭受意外伤害的风险，但谁也无法确定到底会不会发生、何时发生，有时一旦发生，有可能非常严重，沉重的医疗费用甚至会使一些家庭走向崩溃的边缘。保险则由保险公司把大家组织起来，每个人缴纳保费，形成规模很大的保险基金，集中承担每个人可能发生的意外伤害损失。可见对于个人而言，保险就是在平时付出一点保费，在发生风险的时候获得足够的补偿，不致遭受重大冲击。

保险中的可保风险仅指“纯风险”，就是只有发生损失的可能，而没有获利的可能，比如身体生病、财产被偷等就是纯风险。投资股票就不是纯风险，因为投资股票不仅可能亏损，也可能赚大钱。所以，保险公司是不会为股票投资上保险的。

保险的分类标准非常多，不同的学者有不同的分法。根据不同的标准，可以将保险分为若干类型。我们主要使用以下五个标准，即被保险人、保险标的、实施的形式、业务承保方式、保险机构的性质，把保险分为五大类。

1. 个人保险与商务保险

根据被保险人的不同，保险可分为个人保险和商务保险。个人保险是指以个人或家庭作为被保险人的保险。商务保险是指以工厂、商店等经营单位作为被保险人的保险。

2. 财产保险、人身保险与责任保险

根据保险标的的不同，保险可分为财产保险、人身保险和责任保险。财产保险是指以物或其他财产利益为标的的保险。广义的财产险包括有形财产险和无形财产险。人身保险是指以人的生命、身体或健康作为保险标的的保险。责任保险是指以被保险人的民事损害赔偿责任为保险标的的保险。

3. 强制保险与自愿保险

根据实施形式的不同，保险可分为强制保险和自愿保险。强制保险又称法定保险，它是指由国家颁布法令强制被保险人参加的保险，如交强险、建工险、公众责任险等。自愿保险是指在自愿协商的基础上，由当事人订立保险合同而实现的保险，绝大部分保险属于这一类。

4. 商业保险与社会保险

根据国内保险机构性质的不同，保险又可分为社会保险和商业保险。对个人投保而言，社会保险是基本，商业保险是补充。

社会保险是指国家通过立法强制实行的，由个人、单位、国家三方共同筹资，建立保险基金，对个人因年老、疾病、工伤、生育、残废、失业、死亡等原因丧失

劳动能力或暂时失去工作时，给予本人或其供养的直系亲属物质帮助的一种社会保障制度。社会保险具有强制性、法制性、固定性等特点，每个在职职工都必须实行，所以，社会保险又称为（社会）基本保险，或简称为社保。

5. 原保险与再保险

根据业务承保方式的不同，保险可分为原保险和再保险。原保险是指保险人对被保险人因保险事故所致的损失承担直接的、原始的赔偿责任的保险。再保险是原保险人以其所承保的风险，再向其他保险人进行投保，与之共担风险的保险。



不空头就有价值——支票

支票是出票人签发，委托办理支票存款业务的银行或者其他金融机构在见票时无条件支付确定的金额给收款人或持票人的票据。

支票是以银行为付款人的即期汇票，可以看做是汇票的特例。支票出票人签发的支票金额，不得超出其在付款人处的存款金额。如果存款低于支票金额，银行将拒付。这种支票称为空头支票，出票人要负法律上的责任。

开立支票存款账户和领用支票，必须有可靠的资信，并存入一定的资金。支票可分为现金支票和转账支票。支票一经背书即可流通转让，具有通货作用，成为替代货币发挥流通手段和支付手段职能的信用流通工具。运用支票进行货币结算，可以减少现金的流通量，节约货币流通费用。

支票分为普通支票、现金支票、转账支票3种。现金支票只能用于支取现金，它可以由存款人签发用于到银行为本单位提取现金，也可以签发给其他单位和个人用来办理结算或者委托银行代为支付现金给收款人；转账支票只能用于转账，它适用于存款人给同一城市范围内的收款单位划转款项，以办理商品交易、劳务供应、清偿债务和其他往来款项结算；普通支票可以用于支取现金，也可以用于转账。但在普通支票左上角划有两条平行线的为划线支票，只能用于转账，不能支取现金。

一张支票的必要项目包括：

(1) “支票”字样；

(2) 无条件支付命令；

(3) 出票日期及出票地点（未载明出票地点者，出票人名字旁的地点视为出票地）；

(4) 出票人名称其签字；

(5) 付款银行名称及地址（未载明付款地点者，付款银行所在地视为付款地点）；

(6) 付款人；

(7) 付款金额。

由于支票是代替现金的即期支付工具，所以有效期较短。我国《票据法》规定：支票的持票人应当自出票日起10日内提示付款；异地使用的支票，其提示付款的期限由中国人民银行另行规定。超过提示付款期限的，付款人可以不予付款。

支票结算的特点概括起来说就是简便、灵活、迅速和可靠。所谓简便，是指使用支票办理结算手续简便，只要付款人在银行有足够的存款，它就可以签发支票给收款人，银行凭支票就可以办理款项的划拨或现金的支付；所谓灵活，是指按照规定，支票可以由付款人向收款人签发以直接办理结算，也可以由付款人出票委托银行主动付款给收款人，另外转账支票在指定的城市中还可以背书转让；所谓迅速，是指使用支票办理结算，收款人将转账支票和进账单送交银行，一般当天或次日即可入账，而使用现金支票当时即可取得现金；所谓可靠，是指银行严禁签发空头支票，各单位必须在银行存款余额内才能签发支票，因而收款人凭支票就能取得款项，一般是不存在得不到正常支付的情况的。



没钱也能买东西——信用卡

信用卡是银行或其他财务机构签发给那些资信状况良好的人士或单位，用于在指定的商家购物和消费、或在指定银行机构存取现金的特制卡片，是一种特殊的信用凭证。

最早发行信用卡的机构并不是银行，而是一些百货商店、饮食业、娱乐业和汽油公司。美国的一些商店、饮食店为招揽顾客，推销商品，扩大营业额，有选择地在一定范围内发给顾客一种类似金属徽章的信用筹码，后来演变成为用塑料制成的卡片，作为客户购货消费的凭证，开展了凭信用筹码在本商号或公司或汽油站购货的赊销服务业务，顾客可以在这些发行筹码的商店及其分号赊购商品，约期付款。这就是信用卡的雏形。

据说有一天，美国商人弗兰克·麦克纳马拉在纽约一家饭店招待客人用餐，就餐后发现他的钱包忘记带在身边，因而深感难堪，不得不打电话叫妻子带现金来饭店结账。于是麦克纳马拉产生了创建信用卡公司的想法。1950年春，麦克纳马拉与他的好友施奈德合作投资一万美元，在纽约创立了“大来俱乐部”（DinersClub)，即大来信用卡公司的前身。大来俱乐部为会员们提供一种能够证明身份和支付能力的卡片，会员凭卡片可以记账消费。这种无须银行办理的信用卡的性质仍属于商业信用卡。

1952年，美国加利福尼亚州的富兰克林国民银行作为金融机构首先发行了银行信用卡。

1959年，美国的美洲银行在加利福尼亚州发行了美洲银行卡。此后，许多银行加入了发卡银行的行列。到了二十世纪六十年代，银行信用卡很快受到社会各界的普遍欢迎，并得到迅速发展，信用卡不仅在美国，而且在英国、日本、加拿大以及欧洲各国也盛行起来。从二十世纪七十年代开始，香港、台湾、新加坡、马来西亚等发展中国家和地区，也开始发行信用卡业务。

信用卡是一种消费支付工具，也是目前仅次于现金、最普遍受欢迎的塑料货币。由银行或公司签发的证明持有人信誉良好，可以在指定商店或场所进行记账消费的信用凭证。普通信用卡尺寸大小如身份证，一般用特种塑料制成，信用卡上印有持有者的姓名、号码、有效期限等，均为凸字。为了防止冒领，近年来有的信用卡上印有持卡人照片。当顾客购货结账时，只需将信用卡交商店，由收款员把信用卡放在压印机上压印一下，那些凸字就会印在一式三联的单据上，然后持卡人在单据上签字，商店收款员将单据上的签字与信用卡上的签字式样核对相符后，即承认记账消费，持卡人不必付现金就可以购买所需的货物。信用卡的持卡人除了可以在特约商户凭卡签字购买各种商品、就餐、娱乐、住宿外，还可以向发卡机构指定的银行透支一定限额的现金。特约商户和指定受理银行凭持卡人签字的账单向发卡机构收款，再由发卡机构送持卡人核对，在规定的期限内付清。至持卡人付清时，发卡机构按规定计收透支款项利息。如到期未付清，则要计收罚息。



走遍天下都不怕——电子货币

随着因特网的迅速发展，网上交易日趋增多，原来的支票和信用卡等支付手段已满足不了当前形式发展的需要。人们对电子货币的需求越来越迫切，智能卡已成为Web和真实世界间关键的媒介。早在20世纪90年代初，英美等国就在大力开发、试用电子货币，全世界现在已有多项电子货币和电子钱包的方案。

> 1996年，Visa国际集团公司在亚特兰大奥运会期间，与美国东南部三家银行nationsbank、firstunion、wachovia及斯伦贝谢联合进行了电子货币试验。这次采用一种新的智能卡作为电子钱包，每用一次卡，电子读卡器会自动从中扣除购物时的金额。当电子钱包“空”了时，就停止使用。这种新卡有两种版本：一种是简易的卡（disposable），如钱包里的钱用完了就可以丢掉，是一次性的钱包；另一种类型为多功能银行卡（multi-usebankcard），它既用做扣款卡，又用做提款卡，这种开放式智能卡系统是第一次在美国应用。

经过多年试验之后，Visa国际集团公司新西兰公司和惠灵顿一家旅游公司合作，在惠灵顿全面试验全市第一张通用电子货币卡，这在世界上还是首次。届时，

惠灵顿将成世界上第一个告别现金的城市。该市市民无论是去商店购物、饭店就餐，还是打电话、买车票等等，都一律不用现金，仅凭一张卡就可在该市畅通无阻。

美国花旗银行正在开发一种电子货币系统。这项系统完成后，可向消费者及企业提供服务，在全球各地通过网络支付账款。美国cyber公司也开发出一种数字化现金方式：在不用智能卡的情况下，也可在网络上流通，人称cyber -cash。英国一家银行则主张利用电子通货和智能卡组合应用方式，即以数字化现金作为通货，把智能卡当做可随身携带的钱包。他们准备将这样的系统用于因特网上作为交易结算的手段。美国的digicash公司也推出e-cash电子现金，像美国cybercash那样，不用智能卡也可在网上流通。据日本东京ecosys公司参与digicash方式电子通货试验的人员说，digicash的出现将会动摇现行的通货制度，政府部门将失掉调整货币流通量的能力，即根本无法控制通货膨胀和通货压缩。继美国、英国之后，德国也准备发行数字现金。为鼓励欧洲电子交易的发展，同时保护用户的安全，欧委会提议建立一个控制系统，用以规范非银行机构的电子货币交易方式。

电子货币集支付、消费、转账、储蓄和结算于一身，给消费者带来极大的方便，打破了“一手交钱，一手交货”的现金交易方式以及消费者有多少钱才能消费多少钱的传统消费方式。但一卡在手走遍天下的关键，并不在于一张小小的卡片，而在于这张卡片所依赖的强大的电子网络系统。



高风险、高回报——风险资本

风险资本是一种以私募方式募集资金，以公司等组织形式设立，投资于未上市的新兴中小型企业（尤其是新兴高科技企业）的一种承担高风险、谋求高回报的资本形态。它和共同基金、单位信托等证券投资基金截然不同，在投资、募集等运作方式上有其自身的特点。国内有些部门提出的产业投资基金实际上就是风险资本。

风险资本的作用主要表现为。

(1) 风险资本在扶持高科技产业的发展方面功不可没。以美国为例，美国风险资本的70%都投向了以信息技术为主的高科技产业，微软公司(Microsoft)、网景公司（Netscape）等成功的高科技企业在发展历程中均得到了风险资本的扶持。

(2) 风险资本能促进经济增长。受风险资本支持的企业一般都属于新兴行业，发展前景良好，增长势头强劲，成为经济的新增长点，1990—1994年间，英国受风险资本支持的企业的营业收入累计达到830亿英镑，年均增长率达34%，是同期代表伦敦《金融时报》指数的100家企业的5倍多，利润与资产净值的增长率分别是这100家企业的3倍多和2.5倍。在美国，风

险资本对促使经济实现产业升级起到了重要作用，1997年，共有134家公司在风险资本的扶持下上市，而其中信息技术企业就占70家，目前，信息技术已成为美国经济增长的主要推动力，1994—1996年，在全美国的国内生产总值的增量中，高科技占了27%，而作为传统的支柱产业的住宅建筑业只占14%，汽车业只占4%。

(3) 风险资本有力地促进了证券市场的成长。风险资本通过扶持新兴企业成长与壮大并推动其上市，给证券市场注入了生机。据调查，1992~1995年。通过风险资本辅导和培育而在伦敦股票交易所上市的企业占新上市企业数的40%，而且这些公司代表着产业升级和发展的方向。其业绩表现优于上市公司各项平均值，是证券市场的重要组成部分。从发展趋势来看，风险资本在证券市场发展中还将发挥越来越重要的作用。

风险资本的投资对象往往是一些开拓性的投资项目，主要用于开发新产品、新工艺以及扶持代表未来发展方向的新企业的生长与壮大。风险投资家为了分摊或减少风险，通常在投资时由几家公司共同承担一个创业家的申请。在美国，风险资本的发展已有40多年的历史，近10余年来日趋活跃，尤其是半导体工业、微型电脑和生物工程等新兴行业。目前除美国外，日本、新加坡、韩国、英国、法国和德国也都相当重视风险资本的投资。

风险资本在许多国家业已发展成熟，并具有成型的运作方式。

风险资本的投资对象是处于创业期的未上市新兴中小型企业，尤其是新兴高科技企业。在美国，风险资本约80%的资金投资于创业期的高科技企业。这些企业着重开发创新产品，市场前景不好预期，不像成熟产业部门中的企业能从银行、证券市场募集资金，而只能借助风险资本寻求资金支持。

风险资本以高风险和高回报著称。风险资本的投资一般需要4~6年才有可能收回投资，期间通常没有收益，一旦失败便血本无归，而如果成功，则可获得丰厚的回报。据《美国风险资本1998年鉴》介绍，部分风险资本扶持的上市公司，上市后即有良好表现，有些涨幅甚至达到283%，这在成熟的证券市场并不多见。

风险资本均以私募方式筹资。由于风险资本风险大，收益很难预见，一般投资者难以承受，只能向银行、保险等风险承受能力较强、愿意冒风险以追求高回报的特定投资群体私募。据统计，1997年美国风险资本的资金，有54%来自于退休和养老基金，有30%来自于金融机构，7%来自私人投资家。国外有关法规也明确规定，风险资本只能采取私募方式。例如，美国《1934年投资公司法》规定风险资本不得向公众募集资金。英国、日本等国家和我国台湾地区均有类似规定。

风险资本多以公司的形式设立。根据各国的情况，风险资本的组织结构主要有两种，一是有限合伙制，由投资者（有限合伙人）和基金管理人（主要合伙人）合伙组成一个有限合伙企业，投资者出资并对合伙企业负有限责任，管理人在董事会

的监督下负责风险投资的具体运作并对合伙企业负无限责任，在美国和英国，相当部分风险资本就是根据《有限合伙企业法》设立的。二是公司型，指风险资本以股份公司或有限责任公司的形式设立。例如，在美国，风险资本可以依照《投资公司法》设立。

就像华尔街是美国金融业的代名词一样，“沙丘路”（Sand Hill Road）在创业者眼里便是风险投资公司的代名词。沙丘路位于硅谷北部的门罗公园市，斯坦福大学向北一个高速路的出口处。它只有两三公里长，却座落着十几家大型风险投资公司。

在纳斯达克上市的科技公司至少有一半是由这条街上的风险投资公司投资的。其中最著名的包括红杉资本（中国称做红杉风投）、KPCB（Kleiner，Perkins，Caufield&Byers）、NEA（New Enterprise Associates）、Mayfield等。

NEA虽然诞生于美国“古城”巴尔的摩，但经营活动主要在硅谷，它投资了500家左右的公司，其中1/3上市，1/3被收购，投资准确性远远高于同行。同时它也是中国的北极光创投的后备公司。

Mayfield是最早的风险投资公司之一，它的传奇之处在于成功投资了世界上最大的两家生物公司基因科技（Genentech）公司和Amgen公司，这两家公司占全世界生物公司总市值的一半左右。除此之外，它还成功投资了康柏、3COM和SanDisk等科技公司。

风险资本通常采取渐进投资的方式，选择灵活的投资工具进行投资。对于所投资企业，风险资本通常先注入部分资金，待企业发展前景有所明朗后视情况再追加投资。在投资工具的选择上，风险资本较多投资于非上市企业的可转换优先股、可转换公司债，既可确保优先获取股息、债息的有利地位，又可在企业上市前转换为普通股。

风险资本有确定的套现机制，一般有三种方式，一是促使所投资企业上市；二是所投资企业回购其股份；三是向其他战略投资者（包括别的风险资本）以协议方式转让股份。



利率是如何决定的——利率决定理论

“利率决定理论”是指研究利率的形成、变动及其影响和作用的理论观点，是现代金融理论研究的重要内容之一。

1. 古典利率决定论

其主要思想观点是，资本供给来源于储蓄，资本需求来源于投资；储蓄与投资

决定利率；利率水平决定于储蓄与投资相均衡之点；投资随利率的下降而增加，随利率的上升而减少，投资是利率的递减函数；企业要进行投资，就必须借入资金，其借入成本就是利率。

2. 凯恩斯利率决定论

其主要思想观点是，利率的高低不是决定于借贷资本的供求关系的，而是决定于货币量的供求关系；在一定时期内，一国货币供给量基本上保持不变，由货币当局所掌握和控制；假如人们的流动性偏好强，愿意保持货币的数量大于货币的供给量，利率就上升；反之，假如人们的流动性偏好弱，愿意保持货币的数量小于货币供给量，利率就下跌。

3. 新古典利率决定论

其主要思想观点是，利率决定于借贷资金的需求与供给相均衡之点；资金的需求不仅包括投资，还有窖藏。其代表性观点就是希克斯—汉森利率决定论。这种理论认为，凯恩斯的流动性偏好理论只着眼于货币的需求，没有考虑收入水平.要导出一个明确的利率决定理论，还必须吸收“古典”理论和借贷理论，把实物方面影响收入和利率的因素也考虑在内。

4. 费里德曼利率决定论

这种理论主张从货币数量的变化与利率的关系的角度来研究利率的决定。谈理论认为，利率并不是货币价格，而是信用的价格；货币存量的变动决定利率水平，即货币量越多，利率越低；但这种决定作用是通过流动性效应、所得及价格水平效应、价格预期效应实现的；影响利率水平的主要因素有投资、储蓄、流动性偏好、货币数量、所得水平、物价水平、价格预期等；这些因素又都与财政赤字有直接关系。

古典利率决定论的结论：利率决定于投资曲线与储蓄曲线相交之点，而与货币量的多少没有关系。

凯恩斯利率决定论的结论：利率决定于流动性偏好率与货币数量相均衡的水平。

新古典利率决定论的结论：利率的决定因素是投资、储蓄、流动性偏好和货币供给量等。



经济领域的孪生兄弟——收益与风险

任何投资理财都存在一定的风险，只是风险的大小有所区别而已。一直以来大家都觉得把钱存在银行里是最保险的，肯定会有利息的。其实，风险无处不在，各种存款、国家债券也都有风险，只是由于风险太低，因此被忽视了。比如，在存入定期存款后，将无法享受到期间利率上涨的好处。风险总是和收益成正比的，只有

承担了一定风险的投资理财才有可能获得满意的收益。

投资有风险，收益越高风险越大，但不投资也会有风险，通货膨胀会造成风险，少赚也会有风险。所以不要害怕风险，重要的是一定要了解你投资的品种风险度有多大，只有了解了风险度才能有效规避风险。一谈到风险，更多的人会把风险等同于损失，实际上这是一个认识上的误区。金融投资中的风险，就是一种不确定性，即每年的实际投资率相对于预期年收益率的上下波动程度，向上超出的收益和向下缺少的部分都是风险。因此，个人理财的关键是学会控制风险。

一般来说，影响投资风险承受度的因素主要有以下几种。

首先是年龄。投资界有一个著名的年龄法则，一个人的风险投资可以参考“一百减年龄”的原则，就是说用（100–岁数）×100%，得出的结果就是风险投资的最大比例。随着年龄的增长，对风险的承受能力就越低。事业刚起步者，未来的储蓄多，表示可往下摊平的本钱多，因此可以承担较高的风险。但是对于那些临退休或者已经退休的人来说，基本上就没有多少往下摊平的本钱了，因此风险承担能力低下，最好是选择稳健的投资方法。

其次是家庭情况。一个人有了家庭，那么他就要承担一定的责任，要养活一家人的生活，还要为子女的教育基金做准备，还要为家庭的保险等等做准备。如果你的工作稳定，事业蒸蒸日上，收入一天比一天高，那么你就可以大胆地进行投资；但是如果你都面临下岗，或者只是打打临工的类型，三天两头等着失业，那最好还是投资稳健一些比较好。如果你的家庭负担重，例如家里有个长期病重的老人，或者刚刚新婚，打算买房买车的，这个时候的投资如果太冒失，那是很危险的，这样的人风险承受能力是不高的。

最后是自身的风险偏好及态度。一般来说，人的风险承受态度有几种，那就是冒险型的、积极型的和稳健型的。怎么理解这几种人的区别呢？最著名的莫过于和信企业集团的辜振甫与辜濂松的故事。他们一个是集团会长，一个是台湾信托董事长，辜振甫的长子——台湾人寿总经理辜启允非常了解他们，辜振甫属于慢郎中型，而辜濂松属于急惊风型。他说：“钱放进辜振甫的口袋就出不来了，但是放进辜濂松的口袋就会不见了。”因为辜振甫赚的钱都存到银行，而辜濂松赚到的钱都拿出来投资。结果是：虽然两个人年龄相差17岁，但是侄子辜濂松的资产却遥遥领先于其叔父辜振甫。

将金钱投入到经济中去，投资的途径有多种选择，收益不同，风险也不同，就看你自己是一个怎样的投资者，想选择一种什么样的方式。如果你从不涉足博彩，那么你可能是一个风险厌恶者，你宁愿选择一些收益固定的投资方式；相反，有些人可能就非常偏好风险，他们喜欢有刺激性的结果，为了追逐高收益，他们宁愿承

担不名一文、倾家荡产的风险；还有一些人，他们不像这两者那样极端，他们既可以适当承受风险获得收益，也不愿意铤而走险孤注一掷。所以在准备好了钱进行投资之前，请先搞清楚自己究竟是哪一种人，这将直接涉及你选择什么样的投资产品。

认清了风险受什么因素影响、弄清了自己属于哪一类风险类型的人之后，需要做得就是尽可能降低风险、提高收益了。理财的一个重要作用就是在既定的收益水平下尽量降低风险，或者在相同风险程度下尽量提高收益率，因此认清理财产品的风险，按照自身可接受的风险水平进行合理的选择是理财的关键。想要很好地理财，就要适当地学会怎么降低风险，学会一些小技巧，使自己的投资以最小的风险带来最大利润。

首先是要增加专业知识。理财是一项专业性很强的职业，它涉及银行、证券、保险、信托、基金、房产等众多领域，理财不但需要具备广泛、系统、专业的金融知识，而且需要通晓各种金融商品和投资工具，具备随时掌握国际国内金融形势的条件和综合素质。

其次还要端正理财理念。家庭理财必须树立科学的理念，做理智的投资人，做理性的投资人。要熟悉金融法规政策，增强自我保护意识。在投资前须将短期内必须偿还的负债还清，如信用卡透支款项、消费性贷款等。投资不要盲目跟风，对已选定的投资产品组合要有正确的心理预期。不要受短期市场波动而做出较大的调整。

再次是要有识别风险能力。识别风险是进行风险预测和衡量的基础和前提，只有关注影响理财的各种因素变化并加以评估，才能保证风险损失在没有出现前就加以防范，即使真的出现了风险也能够有效应付。

最后就是要做好长期投资的准备。风险补偿一定是在一个相对长的时间内才会体现出来，理财是长期的行为，要以长期投资心态来对待理财产品。一年两年投资成功的行为不能算是一个很会理财的人，需要持续进行下去，让它成为一种生活习惯，只有把时间拉长，才能看到明显的效果。

风险与收益是经济领域的孪生兄弟，任何时候你都不可能找到没有风险而只有收益的投资对象，你只能尽量预测风险，避开高风险和不确定性，获取尽可能高的收益。这是一个权衡，需要你理性的分析和预见，还需要一定的专业知识。只要你肯用功夫，就一定能够平平稳稳地获得收益。



是什么诱发了金融危机的爆发？——热钱

热钱又称游资，或称投机性短期资本，在国际金融市场上，它流动迅速，目标是以最低的风险换来最高的报酬。热钱具有短期、套利和投机的特点。这使得热钱

成为诱发市场动荡乃至金融危机的重要因素。

> 11年前席卷东南亚的金融危机，至今仍让人谈虎色变，而酿造这场危机的罪魁祸首就是国际热钱。如今它的幽魂来到了我们自己身边。据有关专家计算，截至2005年年底，在我国境内的“热钱”超过3200亿美元，2006年底和2007年底分别为4000亿美元和5000亿美元。2008年6月24日，社科院世界政治与经济研究所专家在社科院网站上发表报告指出，在一定的经济学模型假设下，中国资本市场上的热钱数额惊人，已高达1.75万亿美元，这一数字大约相当于截至2008年3月底的中国外汇储备存量的104%。

在20世纪80年代后期，位于中北美洲的墨西哥为了加速本国经济增长，不断采取措施鼓励外资进入。当时，墨西哥的经济前景也被广泛看好。由于墨西哥在进出口贸易中经常出现逆差，政府便采取大量吸引国外资本的方法来保持国际收支平衡。这样，到了1993年时，墨西哥的外资流入量已经高达300多亿美元，但是其中的投机性资金超过了50%，并且主要投入于证券和货币市场。大量的短期投机资金即构成了热钱，它们大大增加了墨西哥经济体系的脆弱性，只要国内外政治、经济形势发生变动，就可能引起资金外逃，爆发金融危机。

在1994年，墨西哥总统大选之际，执政党的一名总统候选人被暗杀，政局动荡，投资者对墨西哥经济前景的信心动摇。大量资金从墨西哥外逃，仅证券市场外流资金就高达180亿美元。墨西哥的国际贸易逆差迅猛加剧，外汇储备大量减少。为了改善这种情况，1994年12月20日，墨西哥政府宣布本国货币比索对美元汇率的浮动范围扩大到15%，但这实际上意味着比索的贬值。政府本来希望借此抑制资金外流，不料投资者更加失去信心，热钱外流更为迅猛。从20日至22日，短短的三天时间，墨西哥比索兑换美元的汇价就暴跌了42%，这在现代金融史上都是极为罕见的。从1994年12月至1995年3月，墨西哥发生了一场比索汇率狂跌、股票价格暴泻的金融危机。直到以美国为主的500亿美元的国际资本援助到位后，这场金融动荡才于1995年上半年趋于平息。然而这场金融危机的震撼力已经波及全球，首当其冲的便是阿根廷、巴西、智利等经济结构与墨西哥相似的拉美国家。他们都存在着债务沉重、贸易逆差、币值高估等经济问题。由于外国投资者担心墨西哥金融危机有可能扩展到整个拉美，便纷纷抛售这些国家的股票，由此引发了拉美股市猛跌。结果仅在1995年1月上旬，短短10多天里，整个拉美证券市场就损失了近90亿美元的市值。这场由热钱酿成的金融风暴，时至今日仍让世界谈之色变。

国际短期资金的投机性移动主要是为了逃避政治风险，追求汇率变动、重要商品价格变动或国际有价证券价格变动的利益，而热钱即为追求汇率变动利益的投机性行为。当投机者预期某种通货的价格将下跌时，便出售该通货的远期外汇，以期在将来期满之后，可以以较低的即期外汇买进而赚取此一汇兑差价的利益。由于此举纯属买空卖空的投机行为，因此与套汇不同。在外汇市场上，由于此种投机性资

金常自有贬值倾向货币转换成有升值倾向的货币，增加了外汇市场的不稳定性，因此，只要预期的心理存在，唯有让升值的货币大幅波动或实行外汇管制，才能阻止这种投机性资金的流动。

鉴于热钱对一个国家的经济、市场有着如此严重的危害，金融专家们一直在对各种热钱危机进行深入的分析，总结出危机发生前普遍存在的一些特征。

(1) 在热钱危机爆发前，国家已经有着持续多年的经济高速增长。以泰国为例，在1990—1995年，其GDP平均增长率高达9%，而且在1997年金融危机之前，泰国国民经济已经连续15年保持高速增长。

(2) 外部资金大量流入国内，造成普遍投资过度的现象。在1995年，韩国的投资总额占GDP的比例高达34%，1996年便超过了40%，由此导致电子、汽车等一些关键工业以及房地产出现生产能力过剩的现象。

(3) 股票、房地产等资产价格迅速上涨。泰国在经济危机爆发前，大量外资投入到房地产，房地产贷款比例高达25%，但是房屋空置现象却很严重。泰国的股市、楼市都出现了过度繁荣的现象。

(4) 货币普遍被高估。墨西哥在危机前实施盯住美元的汇率政策，导致比索被高估。然而，一旦热钱危机爆发，货币“内虚”的隐患立刻发作，汇率一泻千里。

总的来说，预防热钱危机要做好以下几方面的工作。

(1) 加强外汇监测体系，及早察觉外汇在本国的异常流动。

(2) 注意政策、制度的可逆性设计，一旦热钱大量外流时，政策制度可以做出相应的应对和补救措施。

(3) 保持理性政策，防止经济大起大落。保持经济的平衡增长而不是追求过度的繁荣，始终是稳定国家货币和金融体系的根本。

古往今来，“投机主义者”都有一个共同的特点：为了达到目标可以不择手段，并以结果来衡量一切。热钱就是典型的投机行为，它所带来的过热投资，往往违背了经济学的价值规律，从而带来严重的经济危机。

热钱会对经济造成推波助澜的虚假繁荣。从我国目前的情况来看，热钱在赌人民币升值预期的同时，也乘机在其他市场如房地产市场、债券市场、股票市场以及其他市场不断寻找套利机会。所以在这个时候我们要把握好自己的“钱袋子”，什么时候该投资，投资到哪方面都要做仔细考虑，以免自己的血汗钱被套牢了。



是什么对国际金融体系的安全造成威胁？——洗钱

洗钱活动最早出现在20世纪20年代，当时美国芝加哥的一名黑手党成

员开了一家洗衣店，在每晚计算当天的洗衣收入时，他把那些通过赌博、走私、勒索获得的非法收入混入洗衣收入中，再向税务部门纳税，扣去应缴的税款后，剩下的非法所得就成了他的合法收入。这就是"洗钱"一词的由来。洗钱泛指将各种违法所得及其产生的收益，通过金融机构以各种手段掩饰、隐瞒资金的来源和性质，使其在形式上合法化的行为。

洗钱一般要经过三个步骤：

第一步"入账"，对非法活动得来的钱财进行初期处置，通常是将黑钱存入银行；

第二步"分账"，通过一系列的复杂的金融交易，如银行转账、现金与证券的交换、跨国转移资金等，来掩盖非法钱财的真实来源，掐断查账线索；

第三步"整合"，将资金转移回犯罪地，以合法的形式回到罪犯手中。此时，犯罪收益已经披上了合法的外衣，犯罪收益人可以自由地支配该犯罪收益了。

2001年我国第三次修正的《刑法》第191条明确，洗钱罪是指单位或个人明知是毒品犯罪、黑社会性质的组织犯罪、恐怖活动犯罪、走私犯罪的违法所得及其产生的收益，为掩饰、隐瞒其来源和性质，提供资金账户、协助将财产转换为现金或者金融票据、通过转账或者其他结算方式协助资金转移的、协助将资金汇往境外的及以其他方式掩饰、隐瞒犯罪的违法所得及其收益性质和来源的行为。

在2006年的反洗钱报告中，央行还披露了我国目前宣判的第二例以洗钱罪定罪的案件——福建泉州蔡建立、蔡怀泽洗钱案。

2002年8月至2004年4月间，蔡清海将贩卖毒品所得的赃款陆续通过菲律宾地下钱庄"汇入"我国境内地下钱庄。在蔡海清的指使下，其叔蔡怀泽、其堂弟蔡建立分别以各自的名义在农业银行石狮市支行、建设银行石狮市支行开设个人账户，并将明知是毒品犯罪所得的赃款存入上述账户。其中，蔡怀泽的建行、农行账户存入赃款共计人民币350余万元，蔡建立的建行账户存入赃款人民币660余万元。事后，蔡怀泽、蔡建立将大部分赃款转出。

在该案中，蔡清海利用蔡建立和蔡怀泽的账户进行洗钱活动的主要过程为：蔡清海通过菲律宾地下钱庄将赃款"汇入"我国泉州、晋江、石狮等地的地下钱庄；泉州、晋江、石狮等地的地下钱庄将赃款分别存入蔡建立、蔡怀泽的账户；蔡建立、蔡怀泽在蔡清海的指使下多次取现，用于购买车辆等用途。

洗钱造成了极其严重的经济、安全和社会后果。洗钱为贩毒者、恐怖主义分子、非法武器交易商、腐败的政府官员以及其他罪犯的运作和发展提供了动力。洗钱已经变得越来越国际化，而与犯罪活动有关的金融问题也由于科技的日新月异以及金融服务业的全球化而变得日益复杂化。

据国际货币基金组织统计，全球每年非法洗钱的数额约占世界国内生产总值的2%~5%，介于6000亿~1.8万亿美元之间，且每年以1000亿美元的数额不断增加。特别是在当前经济全球化、资本流动国际化的情况下，洗钱活动对国际金融体系的安全、对国际政治经济秩序的危害极大。



为什么黄金投资业务备受追捧？——金本位制

旷日持久的全球金融危机正在改变中国人的金钱观念，而黄金投资业务重新受到百姓追捧，黄金正在成为炙手可热的投资品。北京菜市口百货公司两年来黄金销售增幅非常明显。2007年黄金交易额是23亿元，2008年达35亿元，增幅52%。而在2009年第一季度，销售额已有20多亿元。去年7月，该公司新增了黄金投资业务。菜百业务部经理李翔说，现在很多人希望投资黄金来实现“财产保值增值”。

不久前，国家外管局宣布，中国黄金储备已达1054吨，大大超过了2003年的600吨，并成为全球第五大黄金储备国。这可能成为新一轮黄金投资热潮的导火索。

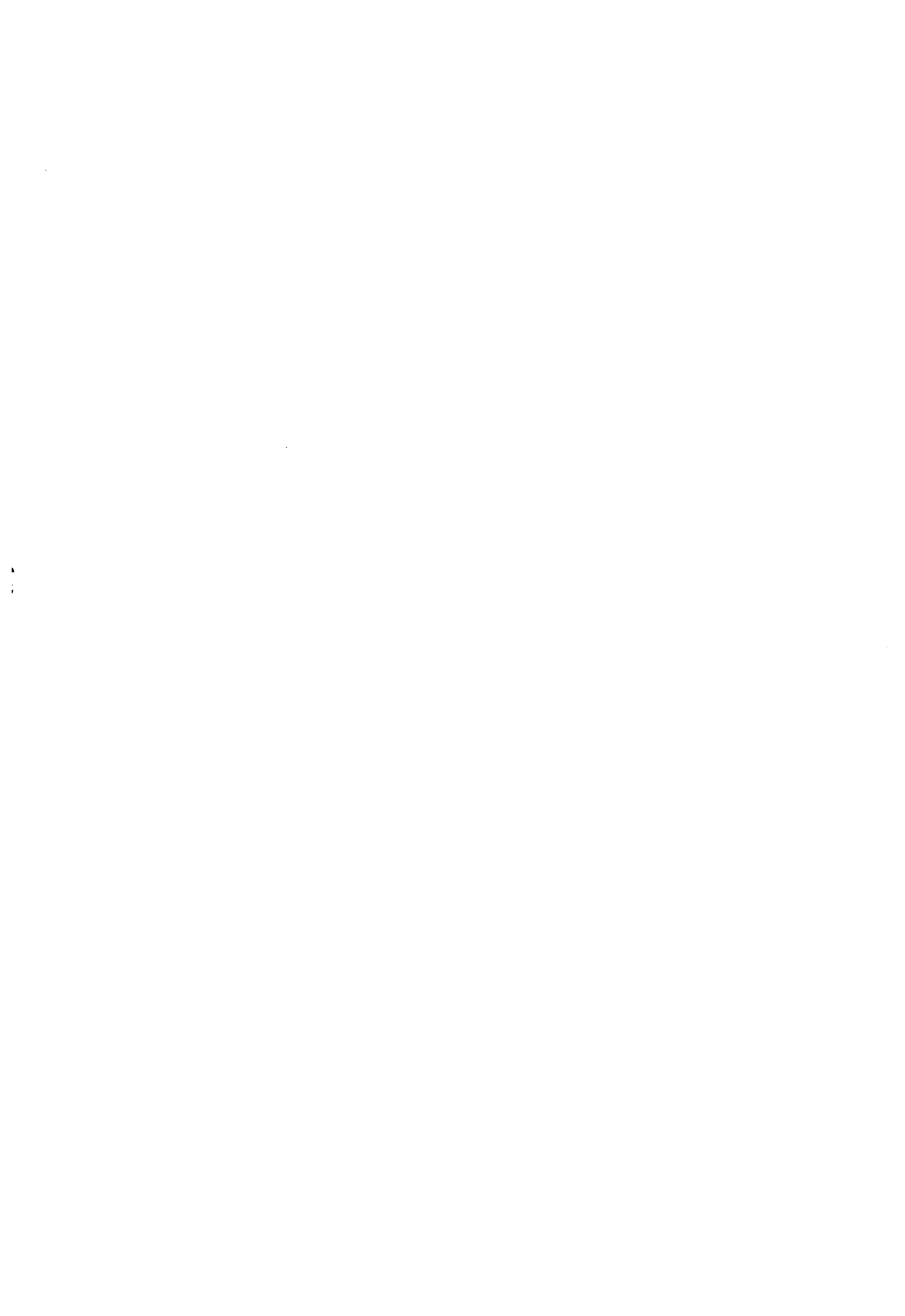
环球财经研究院院长宋鸿兵在其畅销书《货币战争》中，把黄金称为“被软禁的货币之王”。在他看来，这一次金融危机的最后落脚点是“世界货币体系的重建”，而黄金将扮演“终结者”的角色。支持和反对他的人在网上也展开了激烈的论战。

金本位制就是以黄金为本位币的货币制度。在历史上，曾有过三种形式的金本位制：金币本位制、金块本位制、金汇兑本位制。其中金币本位制是最典型的形式。金币本位制的基本特征是：以一定量的黄金为货币单位铸造金币，作为本位币；金币可以自由铸造，自由熔化，具有无限法偿能力，同时限制其他铸币的铸造和偿付能力；辅币和银行券可以自由兑换金币或等量黄金；黄金可以自由出入国境；以黄金为唯一准备金。

金本位的货币制度，是随着资本主义生产方式的发展而确立起来的。英国早在1861年通过金本位法案，以法律的形式规定黄金作为货币的本位，1862年开始铸造金币，货币单位为英磅。1865年，法国、比利时、瑞士三国组成拉丁货币同盟，发行了货币史上流通最久的金法郎，规定其含金量为0.9032258克纯金，这种国际间通用的金铸币，一直到20世纪30年代才停止流通，但至今还有些国际性的组织如国际电讯同盟，仍然以金法郎作为计算与结算单位，欧洲其他资本主义国家也在19世纪后期实行金本位的货币制度。

> 然而，随着生产力的发展和经济规模的扩大，对黄金的需要量不断增加，而黄金的产量却是有限的，而且在世界各地分布不平均，加之战争等因素的影响，金币自由铸造与自由流通的基础不断削弱，银行券等价值符号对金币自由兑换的可能性日益缩小，黄金在国际间的自由输出和输入受到限制，最终导致西方国家于第一次世界大战爆发后，宣告金币本位制破产，并在1929—1933年世界经济危机之后，宣布放弃金币本位制。金币本位制在资本主义世界盛行了百年之久，虽然其已经成为货币史上的历史陈迹，但它给货币制度带来了深远影响。

金币本位制消除了复本位制下存在的价格混乱和货币流通不稳的弊病，保证了流通中货币对本位币金属黄金不发生贬值，保证了世界资本市场的统一和外汇行市的相对稳定，是一种相对稳定的货币制度。



让你的财富“滚雪球”
——投资篇



所有权的证明——股票

一个和尚从来不炒股，也从来不想炒股，但是他却被人生拉硬拽进了股市，拿着自己仅有的香火钱，开始了他的股市生涯，但是和尚终究是和尚，怎么也开不了窍，别人买入的时候，他不买，别人卖的时候，他不卖，当股市上涨的时候，很多人抢购，阿弥陀佛，钱财乃身外之物，钱让给他们去赚吧，当股市下跌的时候，和尚却说，弥陀佛，我不入地狱，谁入地狱，洒家来拯救你们，都卖给我吧。结果和尚从来没被套住，而且他在股市下跌时候买的股票大涨，别人却是为自己提前割肉后悔不迭。在股市里这么多精明的商人都没赚到钱，但和尚就这么轻易地就赚到了很多钱。

股票持有者凭股票从股份公司取得的收入是股息。股息的发配取决于公司的股息政策，如果公司不发派股息，股东没有获得股息的权利。优先股股东可以获得固定金额的股息，而普通股股东的股息是与公司的利润相关的。普通股股东股息的发派在优先股股东之后，必须所有的优先股股东满额获得他们曾被承诺的股息之后，普通股股东才有权力发派股息。

股票只是对一个股份公司拥有的实际资本的所有权证书，是参与公司决策和索取股息的凭证，不是实际资本，而只是间接地反映了实际资本运动的状况，从而表现为一种虚拟资本。

（1）股票是一种出资证明，当一个自然人或法人向股份有限公司参股投资时，便可获得股票作为出资的凭证；

（2）股票的持有者凭借股票来证明自己的股东身份，参加股份公司的股东大会，对股份公司的经营发表意见；

（3）股票持有者凭借股票参加股份发行企业的利润分配，也就是通常所说的分红，以此获得一定的经济股票市场的影响作用。

股票基本特征如下。

1. 不可偿还性

股票是一种无偿还期限的有价证券，投资者认购了股票后，就不能再要求退股，只能到二级市场卖给第三者。股票的转让只意味着公司股东的改变，并不减少公司资本。从期限上看，只要公司存在，它所发行的股票就存在，股票的期限等于公司存续的期限。

2. 参与性

股东有权出席股东大会，选举公司董事会，参与公司重大决策。股票持有者的投资意志和享有的经济利益，通常是通过行使股东参与权来实现的。股东参与公司决策的权利大小，取决于其所持有的股份的多少。从实践中来看，只要股东持有的股票数量达到左右决策结果所需的实际多数时，就能掌握公司的决策控制权。

3. 收益性

股东凭其持有的股票，有权从公司领取股息或红利，获取投资的收益。股息或红利的大小，主要取决于公司的盈利水平和公司的盈利分配政策。股票的收益性，还表现为股票投资者可以获得价差收入或实现资产保值增值。通过低价买人和高价卖出股票，投资者可以赚取价差利润。在通货膨胀时，股票价格会随着公司原有资产重置价格上升而上涨，从而避免了资产贬值。股票通常被视为在高通货膨胀期间可优先选择的投资对象。

4. 流通性

股票的流通性是指股票在不同投资者之间的可交易性。流通性通常以可流通的股票数量、股票成交量以及股价对交易量的敏感程度来衡量。可流通股数越多，成交量越大，价格对成交量越不敏感（价格不会随着成交量一同变化），股票的流通性就越好，反之就越差。股票的流通性，使投资者可以在市场上卖出所持有的股票，取得现金。通过股票的流通和股价的变动，可以看出人们对于相关行业和上市公司的发展前景和盈利潜力的判断。那些在流通市场上吸引大量投资者、股价不断上涨的行业和公司，可以通过增发股票，不断吸收大量资本进入生产经营活动，收到了优化资源配置的效果。

5. 价格波动性和风险性

股票在交易市场上作为交易对象，同商品一样，有自己的市场行情和市场价格。由于股票价格要受到诸如公司经营状况、供求关系、银行利率、大众心理等多种因素的影响，因此其波动有很大的不确定性。正是这种不确定性，有可能使股票投资者遭受损失。价格波动的不确定性越大，投资风险也就越大。所以说，股票是一种高风险的金融产品。



如何让专家打理你的财富？——基金

我们现在所说的基金通常指证券投资基金。证券投资基金是指通过发售基金份额，将众多投资者的资金集中起来，形成独立资产，由基金托管人托管、基金管理人管理，以投资组合的方法进行证券投资的一种利益共享、风险共担的集合投资方式。证券投资基金在美国称为“共同基金”，在

英国和中国香港称为“单位信托基金”，在日本和中国台湾则称“证券投资信托基金”等。

通俗地讲，投资基金就是汇集众多分散投资者的资金，委托投资管理专家（如基金管理人），由投资管理专家按其投资策略，统一进行投资管理，为众多投资者谋利的一种投资工具。投资基金集合大众资金，共同分享投资利润，分担风险，是一种利益共享、风险共担的集合投资方式。

为了进一步加深对基金概念的理解，我们可以给出一个形象的例子：假设你有一笔钱想投资债券、股票等进行增值，但自己既没有那么多精力，也没有专业知识，钱也不是很多，就想到与其他几个人合伙出资，雇一个投资高手，操作大家合出的资产进行投资增值。但在这里面，如果每个投资人都与投资高手随时交涉，那么将十分麻烦，于是就推举其中一个最懂行的牵头办这件事。定期从大伙合出的资产中按一定比例提成给他，由他代为付给高手报酬作为劳务费，当然，他自己牵头出力张罗大大小小的事，包括挨家跑腿，有关风险的事向高手随时提醒着点，定期向大伙公布投资盈亏情况等，不可白忙，提成中的钱也有他的劳务费。上面这种运作方式就叫做合伙投资。将这种合伙投资的模式放大一千倍、一万倍，就变成了基金。

如果这种合伙投资的活动经过国家证券行业管理部门（中国证券监督管理委员会）的审批，允许这项活动的牵头操作人向社会公开募集吸收投资者加入合伙出资，这就是发行公募基金，也就是大家现在常见的基金。

基金管理公司就是这种合伙投资的牵头操作人，不过它是个公司法人，其资格必须经过中国证监会审批。基金公司与其他基金投资者一样也是合伙出资人之一，但由于它牵头操作，要从大家合伙出的资产中按一定的比例每年提取劳务费（称基金管理费），替投资者代雇代管理负责操盘的投资高手（就是基金经理），还有帮高手收集信息搞研究的人，定期公布基金的资产和收益情况。当然，基金公司的这些活动必须经过证监会的批准。

为了大家合伙所出的资产的安全，不被基金公司偷着挪用，中国证监会规定，基金的资产不能放在基金公司手里，基金公司和基金经理只管交易操作，不能碰钱，记账管钱的事要找一个擅长此事又信用高的人负责，这个角色当然非银行莫属。于是这些出资（就是基金资产）就放在银行，而建成一个专门账户，由银行管账记账，称为基金托管。当然银行的劳务费（称基金托管费）也得从大家合伙的资产中按比例抽一点按年支付。所以，基金资产相对来说只有因那些高手操作不好而被亏损的风险，基本上没有被偷挪走的风险。从法律的角度来说，即使基金管理公司倒闭甚至托管银行出事了，向它们追债的人都无权碰基金专户的资产，因此基金资产的安全是很有保障的。

投资基金就是让理财专家替你打理财富，比较省心，收益稳定，很适合上班族和对金融信息了解较少的人群。但基金是长期投资品种，持有时间长才会显现出良

好的效果。

在基金的投资理念上，美国人比较崇尚股神巴菲特的投资哲学：“买进被市场低估的股票，长期持有以获利。”数据显示，美国基金持有人自20世纪80年代牛市以来的平均持有周期是3~4年，这反映了美国基金持有人将基金视为理财工具而非短炒工具的理念，他们通常不会随短期市场波动而频繁进出。正如巴菲特所说："我们在投资的时候，要将我们自己看成是企业分析家，而不是市场分析师或经济分析师。"

美国人热衷于基金投资，这主要是因为美国人具有传统的投资意识，也有很强的风险意识和风险承受能力；二战后生育高峰那代人的老龄化、20世纪70年代开始的国家养老体制改革，也促使美国人投资基金。调查显示，有92%的美国基金投资人购买基金是为了退休养老的财务目标，而养老金在共同基金中的资产比例也从20世纪90年代初的20%上升到目前的40%左右。

此外，在美国，各类投资基金比较发达，据报道，美国共有15300多家投资公司，8000多支共同基金，6400多个单位投资信托，620多支封闭式基金，150多支交易所基金。这样，人们对投资基金就有了更多的选择。



比存款划算的投资方式——债券

债券作为一种债务凭证，与其他有价证券一样，也是一种虚拟资本，而非真实资本，它是经济运行中实际运用的真实资本的证明书。

债券是政府、金融机构、工商企业等机构直接向社会借债筹措资金时，向投资者发行，并且承诺按一定利率支付利息并按约定条件偿还本金的债权债务凭证。债券的本质是债务的证明书，具有法律效力。债券购买者与发行者之间是一种债券债务关系，债券发行人即债务人，投资者（或债券持有人）即债权人。由于债券的利息通常都是事先确定的，所以，债券又被称为固定利息证券。

17世纪，英国政府在议会的支持下，开始发行以国家税收作为还本付息保证的政府债券。由于这种债券四周镶有金边，因此也被称做“金边债券”。当然这种债券之所以被称做金边债券，是因为这种债券的信誉度很高，老百姓基本上不用担心收不回本息。后来，金边债券泛指由中央政府发行的债券，即国债。在美国，经穆迪公司、标准普尔公司等权威资信评级机构评定为最高等级的“AAA”级债券，也被称为“金边债券”。

我国历史上发行的主要国债品种有国库券和国家债券。其中，国库券自1981年后基本上每年都发行。主要对企业、个人等；国家债券曾经发行包括国家重点建设债券、国家建设债券、财政债券、特种债券、保值债券、基本建设债券，这些债券

大多对银行、非银行金融机构、企业、基金等定向发行，部分也对个人投资者发行。

向个人发行的国库券利率基本上根据银行利率制定，一般比银行同期存款利率高1~2个百分点。在通货膨胀率较高时，国库券也采用保值的办法。

1997年，我国受亚洲金融危机和国内产品供大于求的影响，内需不足，经济增长放缓。我国政府适时发行了一部分建设公债，有力地拉动了经济增长。在国家面临战争等紧急状态时，通过发行公债筹措战争经费也是非常重要的手段。例如，美国在南北战争期间发行了大量的战争债券，直接促进了纽约华尔街的繁荣。

债券的发行价格，是指债券原始投资者购入债券时应支付的市场价格，它与债券的面值可能一致，也可能不一致。从理论上说，债券发行价格是债券的面值和要支付的年利息按发行当时的市场利率折现所得到的现值。由此可见，票面利率和市场利率的关系影响了债券的发行价格。当债券票面利率等于市场利率时，债券发行价格等于面值；当债券票面利率低于市场利率时，企业仍以面值发行就不能吸引投资者了，故一般要折价发行；反之，当债券票面利率高于市场利率时，企业仍以面值发行就会增加发行成本，故一般要溢价发行。

债券的风险要比股票小。债券一般约定固定利息，到期归还本金，而不论公司的经营业绩如何。当公司业绩看好时，股票收益会超过债券的收益，但公司亏损滑坡时，债券的损失就比股票小。而且，在公司破产时，债券持有人可以优先于股东分配公司财产，这也为债券提供了更可靠的保障。

债券的交易方式一般有如下几种。

1. 现货交易

现货交易又叫现金现货交易，是债券买卖双方对债券的买卖价格均表示满意，在成交后立即办理交割，或在很短的时间内办理交割的一种交易方式。

例如，投资者可直接通过证券账户在深圳交易所买卖已经上市的债券品种。

2. 回购交易

回购交易是指债券出券方和购券方在达成一笔交易的同时，规定出券方必须在未来某一约定时间以双方约定的价格再从购券方那里购回原先售出的那笔债券，并以商定的利率（价格）支付利息。目前深、沪证券交易所均有债券回购交易，但只允许机构法人开户交易，个人投资者不能参与。

3. 期货交易

债券期货交易是指一批交易双方成交以后，交割和清算按照期货合约中规定的价格在未来某一特定时间进行的交易。目前深、沪证券交易所均未开通债券期货交易。



如何在今天做明天的交易？——期货

有人说：如果你爱一个人，就让他做期货，因为那是天堂；如果你恨一个人，就让他做期货，因为那是地狱。期货是一把双刃剑，既可以让你一夜暴富，也可以使你瞬间破产。

根据《史记·货殖列传》的记载，范蠡不仅是一个天下闻名的谋士，他还是一个做生意的奇才。勾践灭吴之后，范蠡深知历史上但凡效劳过国君、力谋大业的人在成功之后都难逃被杀的结局，于是在一个夜晚偷偷地收拾好珠宝，携带家眷连夜逃走了。他泛舟五湖，七绕八拐地到了齐国，在海边种起了庄稼，没过几年，就挣了几十万。这引起了齐国国君的注意，请他去做宰相。但范蠡很清楚，他从一个平民老百姓，一下就什到了一人之下、万人之上的地位，经济上还非常富有，吃好穿好，被人夸赞阿谀，不是什么好事。于是，他又向齐王辞职，把大部分财产都分给了当地村民，搬到了陶（今山东定陶北）。这回他不种庄稼了，他做起了期货，没过几年，就成了亿万富翁。

范蠡从他做期货的短短几年中总结出一个道理："贵出如粪土，贱取如珠玉。"也就是说，当商品的价格高到了一定程度，就要像粪土一样舍得抛出去；但假如低到了一定程度，就要当宝贝一样赶紧囤积起来。这就是如今"越跌越买，越涨越抛"这一炒股原则的古代版。范蠡说："贵上极则反贱，贱下极则反贵。"一件商品的价格高到一定程度必然要跌，跌到一定程度必然要涨。这是市场对于价格的调节作用：东西太贵了，没有人买，商家必然要降价出售；而降到一定程度了，商家又没有利润了，不生产了，必然又要涨。那么，期货是什么东西，能让范蠡短短几年就成了亿万富翁？

期货的英文为"Futures"是由"未来"一词演化而来的，其含义是：交易双方不必在买卖发生的初期就交收实货，而是共同约定在未来的某一时间交收实货，因此中国人就称之为"期货"。为什么要这样呢？因为卖家判断他手中的商品在某个时候价格会达到最高，于是选择在那个时候卖出，以获得最大利润。

期货也是在远期交易基础上发展起来的一种衍生产品，与期权的合约随意性不同，期货是标准化合约，是一种统一的、远期的"货物"合同。期货合约的商品品种、数量、质量、等级、交货时间、交货地点等条款都是既定的，是标准化的，唯一的变量是价格。期货合约的标准通常由期货交易所设计，经国家监管机构审批上市。期货合约可通过交收现货或进行对冲交易来履行或解除合约义务。

人们购买期货的目的有两种：套期保值和期货投机。套期保值是指交易者在现

货市场上买卖某种原生产品的同时，在期货市场上设立与现货市场相反的头寸，从而将现货市场价格波动的风险通过期货市场上的交易转嫁给第三方的交易行为。而期货投机则是指投机者通过预测未来价格的变化，买空卖空期货合约，当出现对自己有利的价格变动时对冲平仓以获取利润的行为。

期货交易是从最初的现货远期交易发展而来的。最初的现货远期交易是双方口头承诺在某一时间交收一定数量的商品，后来随着交易范围的扩大，口头承诺逐渐被买卖契约所代替，即期货合约，是指由期货交易所统一制定的、规定在将来某一特定的时间和地点交割一定数量标的物的标准化合约。这种契约行为日益复杂化，需要有中间人担保，以便监督买卖双方按期交货和付款，于是便出现了1571年伦敦开设的世界第一家商品远期合同交易所——皇家交易所。为了适应商品经济的不断发展，1865年芝加哥谷物交易所推出了一种被称为“期货合约”的标准化协议，取代原先沿用的远期合同。使用这种标准化合约，允许合约转手买卖，并逐步建立缴纳保证金的制度，于是一种专门买卖标准化合约的期货市场形成了，期货成为投资者的一种投资理财工具。

期货的赚钱方法简单地说就是赚取买卖的差价。

小张在小麦价格为每吨2000元时，估计麦价要下跌，于是他在期货市场上与买家签订了一份合约，约定在半年内，小张可以随时卖给买家10吨标准小麦，价格是每吨2000元。5个月后，果然不出小张的预料，小麦价格跌到1600元每吨，小张估计跌得差不多了，马上以1600元的价格买了10吨小麦，转手按照契约以2000元的价格卖给买家，这样就赚了4000元，原先缴纳的保证金也返还了，小张就这样获利平仓了。

小张采用的其实是卖开仓，就是说，小张的手上并没有小麦，但因为期货可以实行做空机制，小张可以先与买家签订买卖合约。而买家为什么要与小张签订合约呢？因为他对小麦看涨。事实证明，小张的判断是准确的，否则如果在半年内小麦价格没有下跌，反而涨到2400元，那么在合约到期前，小张必须被迫高价购买10吨小麦，然后以契约价卖给买家，这样小张就亏损了，而买家就会赚4000元。

期货的交易是以实物为依据，但事实上并不是真的在卖小麦或者别的什么。个人投资者购买的期货按照中国目前的制度都是不能交割实物的，只能做投机，即一种理财手段。但期货商品的价格确是围绕实物的市场价格来波动的，因此从这个角度来说，期货相对于股票来说可以说是实体的。但期货的交易方式和股票是相差不多的，期货市场和股票市场一样，也永远是惊心动魄的。伴随高利润的永远是高风险，要想做期货生意，一定要有一颗具有超强承受能力的心脏才行！



牺牲当前消费来增加未来消费——投资

投资的三句箴言："不要把所有的鸡蛋放在同一个篮子里"，意味着要分散风险；"不要在一个篮子里只放一个鸡蛋"，即组合投资并不意味着把钱过度分散，过度分散反而会降低投资收益；"把鸡蛋放在不同类型的篮子里"，这样组合才能发挥投资的优势。

随着经济的不断发展，投资与人们的生活越来越紧密，已经成为许多人生活中的重要组成部分。所以，我们很有必要对投资的概念及内涵进行探讨。根据经济学上的定义，投资是指牺牲或放弃现在可用于消费的价值以获取未来更大价值的一种经济活动。投资活动主体与范畴非常广泛，在此我们以个人投资为例来对投资进行解释：

如果你手上现有1000元闲钱，你可在周末带全家出游后再上酒店吃上一顿大餐，大家可以过个愉快的周末，或者买一件高档的衣服。但你也可存入银行，以获得利息，或者买入股票或基金，等待分红或涨升，或者从古玩市场买入字画，等待增值，或者参股朋友所开的小店，分得利润。前面一种情况就是花掉金钱（价值），获得消费与全家的享受；后面几种情况就是放弃现在的消费，以获得更大价值的回报，这就是投资。

再简单来说，你的本金在未来能增值或获得收益的所有活动都可以叫投资。消费与投资是一个相对的概念。消费是现在享受，放弃未来的收益；而投资是放弃现在的享受，以获得未来更大的收益。

投资的资本来源既可以是通过节俭的手段增加，如每个月工资收入中除去日常消费等支出后的节余，也可以是通过负债的方式获得，如借入贷款等方式，还可以采用保证金的交易方式以小博大，放大自己的投资额度。从理论上来说，其投资额度的放大是以风险程度的提高为代价的，它们遵循"风险与收益平衡"的原则，即收益越高的投资则风险也越大。所以说任何投资都是有风险的，只是风险程度大小不同而已。由此可见，只要是投资就有赌博的成分在里面，因为未来的预期往往会随着现实的变化而变化。如果现实按着你的预期方向发展，你就赌赢了，会获得很好的投资回报；如果现实没有按着你的预期方向发展，你就赌输了，就会遭受巨大亏损。

具体来说，个人投资的主要成分包括金融市场上买卖的各种资产，如债券、股票、基金、外汇、期货等，以及在实物市场上买卖的资产，如房地产、金银珠宝、邮票、古玩收藏等，或者实业投资，如店铺、企业等。

不管是投资股票、基金还是房地产，普通人都希望找一种既安全，又可以带来

投资回报的方法，因为大多数普通人可能一生只投资一到两套房产，或者把退休金或其他的余钱拿出来放在股市里，因为自己是没有精力也没有这个专业知识去投资，无论投资什么，回报和安全都是百姓最为关注的问题。听到有人投资赚了100万，你不要眼红，而是要看他投入多少，看回报率一定要看收益和投入的百分比，而且还要看风险，看他的操作手段有多大风险，自己是不是能够承担得起。

投资是生活中的大事，完全的不亏损谁也不能去保证，但是如果能按照以下的原则投资，一定会让你最大化减少风险。

(1) 在不知道该投资什么的时候，千万要把钱紧紧地攥在手里，不要轻易投资，如果决定投资股市了，不知道该选择哪只股票的时候，也千万不要投资。如果一个公司你不能用一句话来描述它，就不要买它的股票，一句话，诸如，这公司成长速度很快，这公司潜力很大，而不是啰唆地讲一堆这个指标，那个指标，结果却没有一个明晰的判断。这种方法也适合于房产，购买哪个房产公司的房子，也可以这样来思考。

(2) 不要期望过高，投资里最忌讳的是贪欲，当你期望过高的时候，你就容易做梦，醒不了，要知道很多情况下，投资的回报率能达到10%就已经很不错了。你期望你的投资回报率能涨到最大，总想吃最大的西瓜，结果很可能是连芝麻也吃不到。不要看到某支股票上涨，你也去追捧，记住，公司的股票和公司是有区别的，有时候，股票只是一家公司不真实的影子而已。

(3) 不要低估风险，在购买股票的时候，不要想着自己赚多少，而是要先想自己能赔多少，而且不要相信债务大于资金的公司有什么法宝，尽量不去操作ST股票(对财务状况或其他状况出现异常的上市公司股票交易进行特别处理 (Special treatment)，由于“特别处理”，在简称前冠以“ST”，因此这类股票称为ST股)，因为有的公司现在股票市值虽然好，但是他们可能通过发行股票或借贷来支付股东红利，但终归有一天会陷入困境的。

(4) 不要把鸡蛋放在一个篮子里，除非你非常有钱，否则就不能把赌注放在一两个公司上，也不要相信那些只关注一个行业的投资公司。

(5) 盈利是唯一判断公司股票走势的指标，无论分析师和公司怎样吹嘘，都要记住一个原则，盈利就是盈利，这是唯一的标准，而且坚持投资一定要自己独立判断，不受他人影响。

投资本身玩的也是数字，所以科学的计算利润就很必要，一定不要被感觉迷惑，要有真实的数据依据，投资的时候，一旦对某项投资产生怀疑要立刻抛弃，因为在实际操作的时候，直觉是很重要的，以上的投资方法，虽然不能保证完全不亏损，但坚持这样的投资策略却是最安全的，即使亏也亏不了太多。



如何以时间换取空间？——套利

套利是巴菲特的财技之一。巴菲特早期做私募基金时，大约每年有40%的资金在做套利。套利使巴菲特在市场情况不好时，即使其他基金大都亏损，仍保持了投资组合的盈利。

巴菲特说：套利是指在不同的市场同时买卖相同的有价证券或是外汇，目的是为了撷取两者之间微小的差距，自从第一次世界大战之后，套利或者说风险套利的定义，已延伸包括从已公开的企业购并、重整再造、清算等企业活动中获利，大部分的情况下，套利者期望不管股市变动如何皆能获利，他面临的主要风险是宣布的事件未如预期般发生。

在一般情况下，各个国家的利息率的高低是不相同的，有的国家利息率较高，有的国家利息率较低。利息率高低是国际资本活动的一个重要的因素，在没有资金管制的情况下，资本就会越出国界，从利息率低的国家流到利息率高的国家。资本在国际间流动首先就要涉及国际汇兑，资本流出要把本币换成外币，资本流入需把外币换成本币。这样，汇率也就成为影响资本流动的一个重要因素。

套利行为的基本诱因是两个市场间的价差超过了买进与卖出的交易费用，而套利活动的结果则使在这些市场交易的相类似的商品的价格保持在买进与卖出所确定的范围内。任何价格如有偏离由交易费用所确定的范围的倾向，都会诱发套利行为，从而迫使价格重新返回到这一范围内。

假设某一时期一英镑在伦敦与美元的兑换率低于一英镑在纽约与美元的兑换率。如果两个市场上汇率之差超过了交易费用，套利者就会用英镑在伦敦市场买进美元，然后在纽约市场卖出美元换回英镑。两个市场的汇率之差减去交易费用即为套汇者的净收益。但套汇行为将提高买进市场即伦敦的英镑兑换率，降低卖出市场即纽约的英镑兑换率，直到套汇者不再能够获得净收益为止。

套利交易目前已经成为国际金融市场中的一种主要交易手段，国际上绝大多数大型基金均主要采用套利或部分套利的方式参与期货或期权市场的交易。随着我国期货市场的规范发展以及上市品种的多元化，市场蕴涵着大量的套利机会，只要我们认真观察，潜心研究，及时捕捉，套利交易势必使我们获得稳定的回报。

套利一般可分为三类：跨期套利、跨市套利和跨商品套利。

跨期套利是套利交易中最普遍的一种，是利用同一商品在不同交割月份之间正常价格差距出现异常变化时进行对冲而获利的，又可分为牛市套利（bullspread）和熊市套利（bearspread两种形式。例如在进行金属牛市套利时，交易所买入近期交割月份的金属合约，同时卖出远期交割月份的金

属合约，希望近期合约价格上涨幅度大于远期合约价格的上账幅度；而熊市套利则相反，即卖出近期交割月份合约，买入远期交割月份合约，并期望远期合约价格下跌幅度小于近期合约的价格下跌幅度。

跨市套利是在不同交易所之间的套利交易行为。当同一期货商品合约在两个或更多的交易所进行交易时，由于区域间的地理差别，各商品合约间存在一定的价差关系。例如伦敦金属交易所（LME）与上海期货交易所（SHFE）都进行阴极铜的期货交易，每年两个市场间会出现几次价差超出正常范围的情况，这为交易者的跨市套利提供了机会。例如当LME铜价低于SHFE时，交易者可以在买入LME铜合约的同时，卖出SHFE的铜合约，待两个市场价格关系恢复正常时再将买卖合约对冲平仓并从中获利，反之亦然。在做跨市套利时应注意影响各市场价格差的几个因素，如运费、关税、汇率等。

跨商品套利指的是利用两种不同的、但相关联商品之间的价差进行交易。这两种商品之间具有相互替代性或受同一供求因素制约。跨商品套利的交易形式是同时买进和卖出相同交割月份但不同种类的商品期货合约。例如金属之间、农产品之间、金属与能源之间等都可以进行套利交易。

交易者之所以进行套利交易，主要是因为套利交易的风险较低，套利交易可以为避免始料未及的或因价格剧烈波动而引起的损失提供某种保护，但套利的盈利能力也较直接交易小。套利的主要作用一是帮助扭曲的市场价格回复到正常水平，二是增强市场的流动性。

一个简单的例子就是，以较低的利率借入资金，同时以较高的利率贷出资金，假定没有违约风险，此项行为就是套利。这里最重要的是时间的同一性和收益为正的确定性。

在现实中，通常会存在一定的时间先后顺序，也可能是以很小的概率出现亏损，但仍被称做“套利”，主要是从广义上而言的。

通俗地说，套利就是在同一时间进行低买高卖的操作！

在我国目前的证券市场中，比较获得人们认同的套利包括ETF套利、期货套利、权证套利等。

套利成功的关键在于对套利机会的捕捉上，可以说一个套利计划的成功实施主要靠投资者的耐心等待机会与果断实施计划来完成。



最常见的股票——普通股

普通股是指在公司的经营管理和盈利及财产的分配上享有普通权利的

股份，代表满足所有债权偿付要求及优先股东的收益权与求偿权要求后对企业盈利和剩余财产的索取权，它构成公司资本的基础，是股票的一种基本形式，也是发行量最大、最为重要的股票。

普通股是随着企业利润变动而变动的一种股份，是股份公司资本构成中最普通、最基本的股份，是股份企业资金的基础部分。普通股的基本特点是其投资收益（股息和分红）不是在购买时约定，而是事后根据股票发行公司的经营业绩来确定。公司的经营业绩好，普通股的收益就高；反之，若经营业绩差，普通股的收益就低。普通股是股份公司资本构成中最重要、最基本的股份，亦是风险最大的一种股份，但又是股票中最基本、最常见的一种。在我国，上交所与深交所上市的股票都是普通股。

一般可把普通股的特点概括为如下四点。

（1）持有普通股的股东有权获得股利，但必须是在公司支付了债息和优先股的股息之后才能分得的。普通股的股利是不固定的，一般视公司净利润的多少而定。当公司经营有方，利润不断递增时普通股能够比优先股多分得股利，股利率甚至可以超过50%；但赶上公司经营不善的年头，也可能连一分钱都得不到，甚至可能会连本也赔掉。

（2）当公司因破产或结业而进行清算时，普通股东有权分得公司剩余资产，但普通股东必须在公司的债权人、优先股股东之后才能分得财产，财产多时多分，财产少时少分，没有则只能作罢。由此可见，普通股东与公司的命运更加息息相关，荣辱与共。当公司获得暴利时，普通股东是主要的受益者；而当公司亏损时，他们又是主要的受损者。

（3）普通股东一般都拥有发言权和表决权，即有权就公司重大问题进行发言和投票表决。普通股东持有一股便有一股的投票权，持有两股者便有两股的投票权。任何普通股东都有资格参加公司最高级会议即每年一次的股东大会，但如果不愿参加，也可以委托代理人来行使其投票权。

（4）普通股东一般具有优先认股权，即当公司增发新普通股时，现有股东有权优先（可能还会以低价）购买新发行的股票，以保持其对企业所有权的原百分比不变，从而维持其在公司中的权益。比如，某公司原有1万股普通股，而你拥有100股，占1%，现在公司决定增发10%的普通股，即增发1000股，那么你就有权以低于市价的价格购买其中的1%即10股，以便保持你持有股票的比例不变。



获得稳定利息的股票——优先股

优先股是“普通股”的对称，是股份公司发行的在分配红利和剩余财产时比普

通股更具有优先权的股份。优先股也是一种没有期限的有权凭证，优先股股东一般不能在中途向公司要求退股（少数可赎回的优先股例外）。

优先股的主要特征有二：一是优先股通常预先定明股息收益率。由于优先股股息率事先固定，所以优先股的股息一般不会根据公司经营情况而增减，而且一般也不能参与公司的分红，但优先股可以先于普通股获得股息，对公司来说，由于股息固定，它不影响公司的利润分配。二是优先股的权利范围小。优先股股东一般没有选举权和被选举权，对股份公司的重大经营无投票权，但在某些情况下还是可以享有投票权的。

如果公司股东大会需要讨论与优先股有关的索偿权，即优先股的索偿权先于普通股，而次于债权人，优先股的优先权主要表现在两个方面：①股息领取优先权。股份公司分派股息的顺序是优先股在前，普通股在后。股份公司不论其盈利多少，只要股东大会决定分派股息，优先股就可按照事先确定的股息率领取股息，即使普遍减少或没有股息，优先股亦应照常分派股息。②剩余资产分配优先权。股份公司在解散、破产清算时，优先股具有公司剩余资产的分配优先权，不过，优先股的优先分配权在债权人之后，而在普通股之前。只有还清公司债权人债务之后，有剩余资产时，优先股才具有剩余资产的分配权。只有在优先股索偿之后，普通股才能参与分配。

优先股的种类很多，为了适应一些专门想获取某些优先好处的投资者的需要，优先股有各种各样的分类方式，主要分类有以下几种。

1. 累积优先股和非累积优先股

累积优先股是指在某个营业年度内，如果公司所获的盈利不足以分派规定的股利，日后优先股的股东对往年来付给的股息，有权要求如数补给。对于非累积的优先股，虽然对于公司当年所获得的利润有优先于普通股获得分派股息的权利，但当该年公司所获得的盈利不足以按规定的股利分配时，非累积优先股的股东不能要求公司在以后年度中予以补发。一般来讲，对投资者来说，累积优先股比非累积优先股具有更大的优越性。

2. 参与优先股与非参与优先股

当企业利润增大，除享受既定比率的利息外，还可以跟普通股共同参与利润分配的优先股，称为“参与优先股”。除了既定股息外，不再参与利润分配的优先股，称为“非参与优先股”。一般来讲，参与优先股较非参与优先股对投资者更为有利。

3. 可转换优先股与不可转换优先股

可转换的优先股是指允许优先股持有人在特定条件下把优生股转换成为一定数额的普通股。否则，就是不可转换优先股。可转换优先股是近年来日益流行的一种优先股。

4. 可收回优先股与不可收回优先股

可收回优先股是指允许发行该类股票的公司，按原来的价格再加上若干补偿金将已发生的优先股收回。当该公司认为能够以较低股利的股票来代替已发生的优先股时，就往往行使这种权利；反之，就是不可收回的优先股。



搭上股市航母——蓝筹股

蓝筹股是指具有稳定的盈余记录，能定期分派较优厚的股息，被公认为业绩优良的公司的普通股票，又称为“绩优股”。

蓝筹股指多长期稳定增长的、大型的、传统工业股及金融股。此类上市公司的特点是有着优良的业绩、收益稳定、股本规模大、红利优厚、股价走势稳健、市场形象良好。

商务印书馆《英汉证券投资词典》解释：蓝筹股bluechip。亦做：绩优股、实力股。经营管理良好，创利能力稳定、连年回报股东的公司股票。这类公司在行业景气和不景气时都有能力赚取利润，风险较小。蓝筹股在市场上受到追捧，因此价格较高。

在海外股票市场上，投资者把那些在其所属行业内占有重要支配性地位、业绩优良、成交活跃、红利优厚的大公司股票称为蓝筹股。“蓝筹”一词源于西方赌场。在西方赌场中，有两种颜色的筹码、其中蓝色筹码最为值钱，红色筹码次之，白色筹码最差。投资者把这些行话套用到股票。美国通用汽车公司、埃克森石油公司和杜邦化学公司等股票都属于“蓝筹股”。

蓝筹股并非一成不变。随着公司经营状况的改变及经济地位的升降，蓝筹股的排名也会变更。据美国著名的《福布斯》杂志统计，1917年的100家最大公司中，目前只有43家公司股票仍在蓝筹股之列，而当初“最蓝”、行业最兴旺的铁路股票，如今完全丧失了入选蓝筹股的资格和实力。

在香港股市中，最有名的蓝筹股当属全球最大商业银行之一的“汇丰控股”。有华资背景的“长江实业”和中资背景的“中信泰富”等，也属蓝筹股之列。中国内地的股票市场虽然历史较短，但发展十分迅速，也逐渐出现了一些蓝筹股。

蓝筹股有很多，可以分为一线蓝筹股，二线蓝筹股，绩优蓝筹股，大盘蓝筹股，中国蓝筹股；还有蓝筹股基金。

1. 一线蓝筹股

一、二线，并没有明确的界定，而且有些人认为的一线蓝筹股，在另一些人眼中却属于二线。一般来讲，公认的一线蓝筹，是指业绩稳定，流股盘和总股本较大，也就是权重较大的个股，这类股一般来讲，价位不是太高，但群众基础好。

2. 二线蓝筹股

A股市场中一般所说的二线蓝筹，是指在市值、行业地位上以及知名度上略逊于以上所指的一线蓝筹公司，是相对于几只一线蓝筹而言的，如上海汽车、五粮液、中兴通讯等。

3. 大盘蓝筹股

蓝筹股是指股本和市值较大的上市公司，但又不是所有大盘股都能够被称为蓝筹股，因此要为蓝筹股定一个确切的标准比较困难。从各国的经验来看，那些市值较大、业绩稳定、在行业内居于龙头地位并能对所在证券市场起到相当大影响的公司——比如香港的长实、和黄，美国的IBM，英国的劳合社等才能担当“蓝筹股”的美誉。市值大的就是蓝筹。



抓住现金牛——绩优股

绩优股就是业绩优良公司的股票，也做“蓝筹股”但对于绩优股的定义国内外却有所不同。

在我国，投资者衡量绩优股的主要指标是每股税后利润和净资产收益率。一般而言，每股税后利润在全体上市公司中处于中上地位，公司上市后净资产收益率连续3年显著超过10%的股票当属绩优股之列。

在国外，绩优股主要指的是业绩优良且比较稳定的大公司股票。这些大公司经过长时间的努力，在行业内达到了较高的市场占有率，形成了经营规模优势，利润稳步增长，市场知名度很高。

绩优股具有较高的投资回报和投资价值。其公司拥有资金、市场、信誉等方面的优势，对各种市场变化具有较强的承受和适应能力，绩优股的股价一般相对稳定且呈长期上升趋势。因此，绩优股总是受到投资者、尤其是从事长期投资的稳健型投资者的青睐。

蓝筹，一般是指绩优股；大蓝筹，就是规模很大的绩优股；大蓝筹时代，就是规模很大的绩优股涨得多涨得好，超过其他类型的股票的时代。

绩优股的特点是投资报酬率相当优厚稳定，股价波幅变动不大。当多头市场来临时，它不会首当其冲而使股价上涨。通常的情况是，其他股票已经连续上涨一截，绩优股才会缓慢攀升；而当空头市场到来，投机股率先崩溃，其他股票大幅滑动时，绩优股往往仍能坚守阵地，不至于在原先的价位上过分滑降。



躲得越远越好——垃圾股

垃圾股指的是业绩较差的公司的股票，与绩优股相对应。这类上中公司或者由于行业前景不好，或者由于经营不善等，有的甚至进入亏损行列。其股票在市场上的表现萎靡不振，股价走低，交投不活跃，年终分红也差。56、A股A股的正式名称是人民币普通股票。它是由我同境内的公司发行，供境内机构、组织或个人（不含台、港、澳投资者）以人民币认购和交易的普通股股票。

垃圾股一般是指评级为非投资级的股票（BB以下），垃圾股不仅是指经营出现问题的公司所发行的股票，一些新上市的高科技公司，或是一些财务杠杆太大的公司股票都有可能被评级为BB级以下，中国的很多商业银行股票被S&P评为垃圾股。由于投资垃圾股的风险大，所以风险回报率（收益率）也高，20世纪80年代末，美国兴起了垃圾股投资热潮。垃圾股从此不是垃圾！

垃圾股顾名思义就是那些业绩较差，问题多多的个股。一般每股收益在0.10元以下的个股均可称作垃圾股。上市公司拥有在市场直接融资的便利，又有各种优惠政策的关照，按理经营业绩应相当理想，但由于上市公司的经营领导层、市场环境的变化及机制等原因，导致上市公司的业绩如“小二黑过年，一年不如一年”。有些上市公司之所以上市就是为了在证券市场“圈钱”而非给股东提供回报，上市后既没实现企业改制，建立现代企业制度，也没有利用从市场配置回来的资金进行有效的发展及壮大实力。企业还是沿着“老路”走下去，经受不住市场经济考验，业绩滑落下去。随着上市公司的增多，迈入垃圾股的数量也呈增大的趋势。

垃圾股的存在，并不能说这些股票没有一点价值，按照人们日常生活中的废物利用原则，垃圾股同样具有一定的投资价值。特别是在目前企业上市受到一定约束的情况下，上市公司起码还具有“壳资源”的价值。在实际股市里，有一些垃圾股的股价远远超过绩优股的股价，特别是在1998年市场热炒资产重组个股之时，一度流行“越穷越光荣”的说法。另一方面部分股市“大黑马”股票均是从垃圾股中产生的，如“科利华”、“ST通机”、“国嘉实业”，中国股市首只百元股票“亿安科技”也是从以前的垃圾股“深锦兴”蜕变而来的。因此垃圾股炒作还是值得考虑的。

目前国内垃圾股可分为三个部分：一部分是ST股票，即连续两年亏损或净资产值低于1元的股票；一部分是PT股票是指连续三年亏损的股票；还有一部分是指除去前面两类且业绩在0.10元以下的股票。



实实在在的收益——股利

股息、红利亦合称为股利。股份公司通常在年终结算后，将盈利的一部分作为股息按股额分配给股东。股利的主要发放形式有现金股利、股票股利、财产股利和建业股利。

现金股利亦称派现，是股份公司以货币形式发放给股东的股利；股票股利也称为送红股，是指股份公司以增发本公司股票的方式来代替现金向股东派息，通常是按股票的比例分发给股东。股东得到的股票股利，实际上是向公司增加投资；新建或正在扩展中的公司，往往会借助于分派股票股利而少发现金股利。财产股利是股份公司以实物或有价证券的形式向股东发放的股利。建业股份公司是以公司筹集到的资金作为投资盈利分发给股东的股利。这种情况多发生在那些建设周期长、资金周转缓慢、风险大的公司。因为建设时间长，所以一时不能赢利，但又要保证股利的发放以吸引投资者。

股利的发放一般是在期末结算后，在股东大会通过结算方案和利润分配方案之后进行。有些公司的股利一年派发两次，但是中期派息与年终派息有的不同，中期派息是以上半年的盈利为基础，而且要考虑到下半年不至于出现亏损的情况。公司董事会必须决定是将可动用作为判断标准。从根本上讲，看股东们考虑的是眼前利益还是将来公司的发展，从而所带来的更大利益。

股利的派发权是属于股东大会，但派发股利的具体方案则由董事会提出，一经股东大会认可，即可确定进行。公司股票是可以转让的。为了确定哪些人可以领到股利，必须在发放股利前确定一些日期界限。这里有4个重要日期需要注意，因为它们无论对于那些注重当前收入的人，或是对注重资本利得的人都是十分重要的。它们分别是

(1) 宣布股利日：董事会宣布决定在某日发放股利的日期。

(2) 除息日：除去股息日期。在除息日当天或其后购买股票者将无权领取最近一次股利。除息日一般在股权登记日后面若干天。

(3) 股权登记日：凡此日在公司股东名册上有名字的人都可分享到最近一次股利。由于股票交易与股东是不断变化的，公司很难确定某期股息派发中股东有哪些人。因此，董事会必须决定某一天为股权登记日，让股东进行股权登记，以便公司确认股东并派发股息。

(4) 股利发放日：将股利正式发放给股东的日期。

上述日期对股票交易是十分重要的。如果持股人在除息日前一天卖出股票，那么他将失去享有股利的权利，如果持股人在除息日当天或以后买进股票，那么他也

无权分享即将分配的一次股利，这次股利仍将归原股东领取。很显然，股利的宣布日、发放日对股票交易价格都有一定的影响。



搭上港股直通车——港股

港股是指在香港联合交易所上市的股票。

香港证券交易的历史，可追溯到1866年，但直至1891年香港经纪协会设立，香港才成立了第一个正式的股票市场。1969年—1972年间，香港设立了远东交易所、金银证券交易所、九龙证券交易所，加上原来的香港证券交易所，形成了4间交易所鼎足而立的局面。在1972年至1973年短短的2年间，香港有119家公司上市，1973年年底上市公司数量达到296家。1980年7月7日4间交易所合并而成香港联合交易所。4间交易所于1986年3月27日收市后全部停业，全部业务转移至联交所。

1986年—2000年的香港市场1986年，香港市场开始了其崭新的现代化和国际化发展阶段。中国对香港前途的保障，增强了投资者对香港经济的信心，公司盈利和房地产价格回升，香港市场从此进入一个新的发展时期：交易品种多元化，市场参与者日益国际化，交易手段不断完善，证券市场进入了长期繁荣的牛市。

2000年以后的香港证券市场香港是亚太地区最重要的金融中心之一，2000年以来的香港证券市场，正在成长为一个全球化的证券市场。香港证券市场的构成香港市场就其交易品种来说，包括股票市场、衍生工具市场、基金市场、债券市场。

香港证券市场的主要组成部分是股票市场，并有主板市场和创业板市场之分。截至2000年年底，主板和创业板市场合计的市值达到48620亿港元，在世界主要证券交易所中排行第11位，在亚洲地区排行第2。

香港市场的衍生产品种类繁多，主要可分为股票指数类衍生产品、股票衍生工具、外汇衍生工具产品、利率衍生工具产品、认股权证等五大类。

在香港注册成立的基金几乎都是开放式基金，对于投资者来说，随时可以把资金拿回来，变现性好，对于海外投资者尤其具有吸引力。根据香港金融管理局的划分，香港的债券市场目前分为港元债券市场和在香港发行及买卖的外币债券市场两大类。其中港元债券市场以外汇基金债券、债券发行计划债券；外币债券市场中以龙债券最具代表性。

依托于内地经济的高速发展，香港已经成为亚洲地区发展最快的国际金融中心。近年来，香港交易所的规模迅速扩大，在全球交易所的排名不断提升。

纸面的输赢——涨跌幅

涨跌幅，该交易日当前最新成交价与昨核算相比较所产生的价格差。当日最新成交价比昨核算高为正；当日最新成交价比昨核算低为负。

涨跌幅限制是指证券交易所为了抑制过度投机行为，防止市场出现过分的暴涨暴跌，而在每天的交易中规定当日的证券交易价格在前一个交易日收盘价的基础上上下波动的幅度。股票价格上升到该限制幅度的最高限价为涨停板，而下跌至该限制幅度的最低限度为跌停板。

欧美等发达国家证券市场大多有涨跌幅限制的规定。在我国上海、深圳证券交易所曾实行过无涨跌幅限制的交易制度，但股价的暴涨暴跌是很难控制的。历史上也曾出现过延中实业（600601）、申华实业（现华晨集团，600653）、东北电（现ST东北电，0585）等股票一日涨幅超过100%的情况，也有过如西南药业（600666）等一日暴跌超过50%的情况。因此，上海、深圳证券交易所也都曾实行过0.5%~10%不等的涨跌幅限制制度。目前我国上海、深圳两交易所实行的是10%的涨幅限制，其具体内容如下：

上海、深圳证券交易所自1996年12月16日起，分别对上市交易的股票（含A、B股）、基金类证券的交易实行价格涨跌幅限制，即在一个交易日内，除首日上市的证券外，上述证券的交易价格相对于上一个交易日收盘价格的涨跌幅度不得超过10%。计算公式为：上一个交易日的收盘价×（1±10%）。计算结果四舍五入至0.01元，超过涨跌幅限制的委托为无效委托，交易所作自动撤单处理。例如：深发展（0001）上一个交易日收盘价为17.81元，则其今日涨跌幅限制为：跌停板17.8×0.9=16.029，四舍五入后为16.03元；涨停板17.81×1.1=19.591，四舍五入后为19.59元；在16.03元-19.59元之间的委托均为有效委托，而低于16.03元和高于19.59元的委托则为无效委托。

自1998年4月起，中国证监会对部分上市公司的股票实行特别处理，即ST，其股票涨跌幅限制为5%。计算公式为：上一个交易日的收盘价×（1±5%），计算方法同上。

另外，对于ST类的股票，其涨幅限制为5%，跌幅则没有限制。

对于两市原有的老基金和各地证交中心挂牌交易的基金经过清理规范后上市的证券投资基金，在其上市首日，涨跌幅限制为其上市时每份基金单位资产净值的30%，即每份基金单位资产净值×（1±30%），次日起涨跌幅限制为前个交易日收盘价的10%。

涨跌幅限制最直接的作用是对市场一天之内的暴涨暴跌进行抑制，预防短期市场风险。但另一方面，涨跌幅限制也具有一定程度的助涨助跌作用，同时也容易受到大资金的控制。从总体上看，涨跌幅限制只能改变短期大盘和个股走势，对中长期市场的波动没有太大的影响。



股市源头活水——N股

N股是指那些在中国大陆注册、在纽约（New York）上市的外资股。

我国上市公司的股票有A股、B股、H股、N股和S股之分。这一区分主要依据股票的上市地点和所面对的投资者而定。

在我国股市中，当股票名称前出现了N字，表示这只股是当日新上市的股票，字母N是英语New（新）的缩写。看到带有N字头的股票时，投资者除了知道它是新股，还应认识到这只股票的股价当日在市场上是不受涨跌幅限制的，涨幅可以高于10%，跌幅也可深于10%。这样就较容易控制风险和把握投资机会。如N北化、N建行、N石油等。

A股的正式名称是人民币普通股票。它是由我国境内的公司发行，供境内机构、组织、或个人（不含台、港、澳投资者）以人民币认购和交易的普通股票。1990年我国A股股票一共只有10支，至1997年年底，A股股票增加到720支，A股总股本为1646亿股，总市值17529亿元人民币，与GDP的比率为22.7%。1997年A股年成交额为30295亿元人民币。我国A股股票市场经过几年快速发展，已经初具规模。

B股的正式名称是人民币特种股票。它是以人民币标明面值，以外币认购和买卖，在境内（上海、深圳）证券交易所上市交易的。它的投资人限于外国的自然人、法人和其他组织、香港、澳门、台湾地区的自然人、法人和其他组织、定居在国外的中国公民、中国证监会规定的其他投资人。现阶段B股的投资人，主要是上述几类中的机构投资者。B股公司的注册地和上市地都在境内，只不过投资者在境外或在中国香港、澳门及台湾。

H股，即注册地在内地、上市地在香港的外资股。香港的英文是HongKong，取其字首，在香港上市外资股就叫做H股。依次类推，纽约的第一个英文字母是N，新加坡的第一个英文字母是S，因此，纽约和新加坡上市的股票分别叫做N股和S股。



经济的晴雨表——股票指数

股票指数即股票价格指数。是由证券交易所或金融服务机构编制的表明股票行

市变动的一种供参考的指示数字。由于股票价格起伏无常，投资者必然面临市场价格风险。对于具体某一种股票的价格变化，投资者容易了解，而对于多种股票的价格变化，要逐一了解，既不容易，也不胜其烦。为了适应这种情况和需要，一些金融服务机构就利用自己的业务知识和熟悉市场的优势，编制出股票价格指数，公开发布，作为市场价格变动的指标。投资者据此就可以检验自己投资的效果，并用以预测股票市场的动向。同时，新闻界、公司老板乃至政界领导人等也以此为参考指标，来观察、预测社会政治、经济发展形势。

我国的股票指数如下。

1. 上证指数

由上海证券交易所编制的股票指数，于1990年12月19日正式开始发布。该股票指数的样本为所有在上海证券交易所挂牌上市的股票，其中新上市的股票在挂牌的第二天纳入股票指数的计算范围。该股票指数的权数为上市公司的总股本。由于我国上市公司的股票有流通股和非流通股之分，其流通量与总股本并不一致，所以总股本较大的股票对股票指数的影响就较大，上证指数常常就成为机构大户造市的工具，使股票指数的走势与大部分股票的涨跌相背离。上海证券交易所股票指数的发布几乎是和股票行情的变化同步的，它是我国股民和证券从业人员研判股票价格变化趋势必不可少的参考依据。

2. 深圳综合股票指数

系由深圳证券交易所编制的股票指数，1991年4月3日为基期。该股票指数的计算方法基本与上证指数相同，其样本为所有在深圳证券交易所挂牌上市的股票，权数为股票的总股本。由于以所有挂牌的上市公司为样本，其代表性非常广泛，且它与深圳股市的行情同步发布，它是股民和证券从业人员研判深圳股市股票价格变化趋势必不可少的参考依据。在前些年，由于深圳证券所的股票交投不如上海证交所那么活跃，深圳证券交易所现已改变了股票指数的编制方法，采用成份股指数，其中只有40只股票入选并于1995年5月开始发布。现深圳证券交易所并存着两个股票指数：一个是老指数深圳综合指数；一个是现在的成份股指数，但从最近3年来的运行势态来看，两个指数间的区别并不是特别明显。

3. 上证180指数

上海证券交易所于7月1日正式对外发布的上证180（行情资讯）指数，是用以取代原来的上证30指数。新编制的上证180指数的样本数量扩大到180家，入选的个股均是一些规模大、流动性好、行业代表性强的股票。该指数不仅在编制方法的科学性、成分选择的代表性和成分的公开性上有所突破，同时也恢复和提升了成分指数的市场代表性，从而能更全面地反映股价的走势。统计表明，上证180指数的流通市值占到沪市流通市值的50%，成交金额占比也达到47%。它的推出，将有利于推出指数化投资，引导投资者理性投资，并促进市场对“蓝筹股”的关注。

4. 沪深300指数

沪深300指数是由上海和深圳证券市场中选取300支A股作为样本编制而成的成份股指数。沪深300指数样本覆盖了沪深市场六成左右的市值，具有良好的市场代表性。沪深300指数是沪深证券交易所第一次联合发布的反映A股市场整体走势的指数。它的推出，丰富了市场现有的指数体系，增加了一项用于观察市场走势的指标，有利于投资者全面把握市场运行状况，也进一步为指数投资产品的创新和发展提供了基础条件。

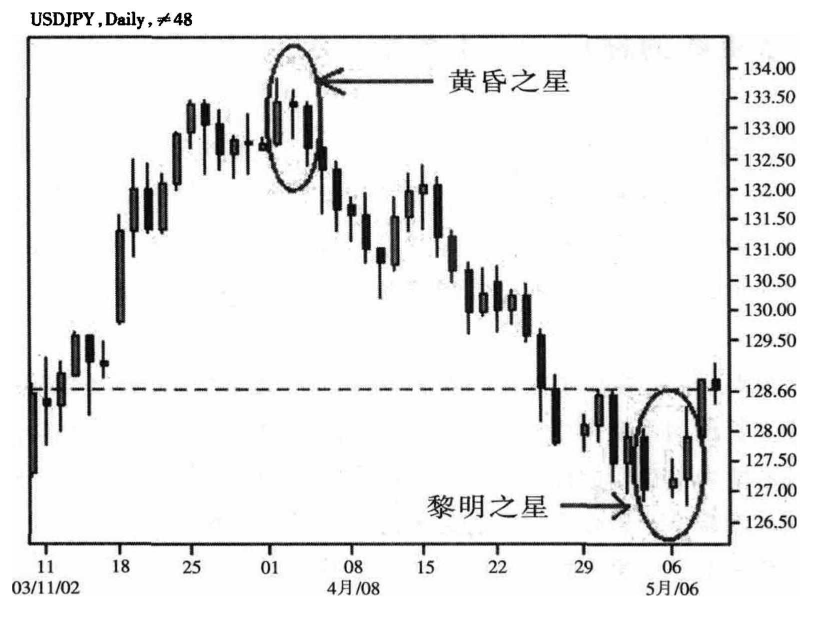


股市的专业术语——K线图

K线将买卖双方力量的增减与转变过程及实战结果用图形表示出来。经过几百年来的使用与改进，K线理论被投资人所广泛接受。

K线图又称蜡烛图、日本线、阴阳线、棒线等，目前常用的说法是"K线"，起源于18世纪日本德川幕府时代（1603—1867年）的米市交易，用来计算米价每天的涨跌。因其标画方法具有独到之处，人们把它引入股票市场价格走势的分析中，经过300多年的发展，目前广泛地应用于股票，期货，外汇，期权等证券市场。

K线图有直观、立体感强、携带信息量大的特点，能充分显示股价趋势的强弱、买卖双方力量平衡的变化，预测后市走向较准确，是各类传播媒介、电脑实时分析系统应用较多的技术分析手段。



阳线、阴线

K线图上一般用红线标注表示涨势，用淡蓝色标注表示股票下跌。K线上标示了开盘价、收盘价、最高价、最低价4个价位，也就是记录了一个时间段里的起点、终点、最低点和最高点。K线分阳线和阴线。当收盘价高于开盘价，也就是股价走势呈上升趋势时，我们称这种情况下的K线为阳线，中部的实体以空白或红色表示。当收盘价低于开盘价，也就是股价走势呈下降趋势时，我们称这种情况下的K线为阴线。中部的实体为蓝色。一般而言，阳线表示买盘较强，卖盘较弱，这时，由于股票供不应求，会导致股价的上扬。阴线表示卖盘较强，买盘较弱。实体以上的细线叫上影线，实体以下的细线叫下影线。在看图的时候主要看两个部分，一是看上下影线的长短，二是看阴线阳线实体的大小。

为了满足不同的需要，K线图又可以细分为：5分钟K线图、15分钟K线图、30分钟K线图、60分钟K线图、日K线图、周K线图、月K线图，甚至45天K线图。看K线图就是为了判断股价的走势。初学者喜欢看分时图，股价上下比较明显，熟悉以后，就无一例外地运用K线图做短线的随时观察5分钟K线图和15分钟K线图。判断大势看长期图，如周K线图和月K线图。看K线图时应该将长期图和短期图一起看。

在K线图上，还覆盖着几条不同颜色的曲线，就是均线，有5日均线（每天以以往5日的收盘价的平均值画一个点，这些点的连线）、有10日均线，20、30、60、120、250日均线，还可以自己定日期。长期的均线是不容易做的，因此，长期均线的趋势经常是大盘的趋势。如30日以上的均线在某一天改变了原来的方向，那么就应该引起大家注意。



股票贵贱的标尺——市盈率

市盈率指在一个考察期（通常为一年）内，股票的价格和每股收益的比例。投资者通常利用该比例值估量某股票的投资价值，或者用该指标在不同公司的股票之间进行比较。市盈率通常用来作为比较不同价格的股票是否被高估或者低估的指标。市盈率越低，代表投资者能够以较低价格购入股票以取得回报。

了解市盈率，首先需要了解每股收益（EPS）。每股收益=净利润/总股本。它是测定股票投资价值的重要指标之一，是分析每股价值的一个基础性指标，也是综合反映公司获利能力的重要指标。该比率反映了每股创造的税后利润，比率越高，表明所创造的利润越多。若公司只有普通股时，净收益是税后净利，股份数是指流通在外的普通股股数。如果公司还有优先股，应从税后净利中扣除分派给优先股东的利息。有一点需要注意的是，如果在报告期，上市公司发行了新股，每股收益与以前比，可能会明显下降，这种下降是正常的。因为由于股本的增加与净利润的增长

不同步，并不是上市公司的盈利能力下降了。所以，一旦上市公司发行了新股，市盈率可能会明显提高。因此投资者在使用市盈率是，要注意该公司最近一次发行新股是在什么时候。

然而，用市盈率衡量一家公司股票的质地时，并非总是准确的。一般认为，如果一家公司股票的市盈率过高，那么该股票的价格具有泡沫，价值被高估；然而，当一家公司增长迅速、未来的业绩增长非常看好时，股票目前的高市盈率可能恰好准确地估量了该公司的价值。在考虑市盈率的时候，不应该忘记三样东西：一是和企业业绩提升速度相比如何；二是企业业绩提升的持续性如何；三是业绩预期的确定性如何。

需要注意的是，利用市盈率比较不同股票的投资价值时，这些股票必须属于同一个行业，因为此时公司的每股收益比较接近，相互比较才有效，因为不同行业股票的市盈率往往呈现出比较大的差别。比较不同行业、不同国家、不同时段的市盈率是不大可靠的，比较同类股票的市盈率往往较有实用价值。



公司质量是基石——净资产收益率ROE

ROE，即净资产收益率，净资产收益率又称股东权益收益率，是净利润与平均股东权益的百分比。该指标反映股东权益的收益水平，指标值越高，说明投资带来的收益越高。

净资产收益率是公司税后利润除以净资产得到的百分比率，用以衡量公司运用自有资本的效率。

净资产收益率可衡量公司对股东投入资本的利用效率。它弥补了每股税后利润指标的不足。例如，在公司对原有股东送红股后，每股盈利将会下降，从而在投资者中造成错觉，以为公司的获利能力下降了，而事实上，公司的获利能力并没有发生变化，用净资产收益率来分析公司获利能力就比较适宜。

根据中国证监会发布的《公开发行证券公司信息披露编报规则》第9号的通知的规定：加权平均净资产收益率（ROE）的计算公式如下：$ROE=P/E_0+NP\div2+E_i\times M_i\div M_0-E_j\times M_j\div M_0$。其中，P为报告期利润；NP为报告期净利润；$E_0$为期初净资产；$E_i$为报告期发行新股或债转股等新增净资产；$E_j$为报告期回购或现金分红等减少净资产；$M_0$为报告期月份数；$M_i$为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；$M_j$为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数。

在2002年6月21日中国证监会发布的《关于进一步规范上市公司增发新股的通知（征求意见稿）》中指出：

上市公司申请增发新股，除应当符合《上市公司新股发行管理办法》规定的条

件外，还须满足以下条件。

(1) 最近三个会计年度加权平均净资产收益率平均不低于10%，且最近一年加权平均净资产收益率不低于10%。扣除非经常性损益后的净利润与扣除前的净利润相比，以低者作为加权平均净资产收益率的计算依据。

(2) 增发新股募集资金量不得超过公司上年度末经审计的净资产值。资产重组比例超过70%的上市公司，重组后首次申请增发新股可不受此款限制。

(3) 最近一期财务报表中的资产负债率不低于同行业上市公司的平均水平。

(4) 前次募集资金投资项目的完工进度不低于70%。

(5) 增发新股的股份数量超过公司股份总数20%的，其增发提案还须获得出席股东大会的流通股（社会公众股）股东所持表决权的半数以上通过。股份总数以董事会增发提案的决议公告日的股份总数为计算依据。

(6) 最近一年内公司治理结构不存在重大缺陷（如资金、资产被具有实际控制权的个人、法人或其他组织及其关联人占用，原料采购或产品销售的关联交易额占同类交易额的50%以上等)、信息披露未违反有关规定。

(7) 披露的最近一期会计报表不存在会计政策不稳健（如资产减值准备计提比例过低等)、或有负债数额过大、潜在不良资产比例过高等情况。

(8) 最近两年内公司不存在擅自改变募集资金用途的情况。

(9) 中国证监会规定的其他条件。上市公司如需增发新股必须符合上述条件。



聚焦股市——全球主要股市

1. 道琼斯

创立于1882年的道琼斯公司旗下拥有以对商业、财经领域的深度分析报道的《华尔街日报》报系和提供实时财经报道和市场评论的道琼斯通讯社，以及知名投资刊物巴伦杂志等。其中，华尔街日报是美国历史最悠久的报纸之一，发行量全国第二，是美国乃至全球商务人士的必读。

道琼斯公司是世界一流的商业财经信息提供商，同时也是重要的新闻媒体出版集团，总部在美国纽约，旗下拥有报纸、杂志、通讯社、电台、电视台和互联网服务，在全球拥有近1700名新闻从业人员。道琼斯编发的股票价格指数更是家喻户晓。

2. 纳斯达克

纳斯达克（Nasdaq）是全美证券商协会于1968年着手创建的自动报价系统名称的英文缩写，但目前已成为纳斯达克股票市场的代名词。信息和服务业的兴起催生了纳斯达克。纳斯达克始建于1971年，是一个完全采用电子交易、为新兴产业提

供竞争舞台、自我监管、面向全球的股票市场。纳斯达克是全美也是世界最大的股票电子交易市场。

纳斯达克的特点是收集和发布场外交易非上市股票的证券商报价。目前的上市公司有5200多家。纳斯达克又是全世界第一个采用电子交易的股市，它在55个国家和地区设有26万多个计算机销售终端。

3. 标普500

以全美市值最大500家企业股票编制而成的指数，其是一个动力十足的群体，它们所反映的并不是美国经济，而是全球经济。

标普500指数代表了美国股市总市值的75%，但是这一指数绝对不是静止的。

目前，标准普尔500指数大约18.5%的部分是属于科技和电信类股，22%是属于金融类股，健保类股也拥有大约12%的份额。换言之，这三大部分就占据了指数总体的一半以上。

4. 恒生指数

由香港恒生银行全资附属的恒生指数服务有限公司编制，是以香港股票市场中的33家上市股票为成份股样本，以其发行量为权数的加权平均股价指数，是反映香港股市价幅趋势最有影响的一种股价指数。该指数于1969年11月24日首次公开发布，基期为1964年7月31日，基期指数定为1000。

恒生指数的成份股具有广泛的市场代表性，其总市值占香港联合交易所市场资本额总和的90%左右。为了进一步反映市场中各类股票的价格走势，恒生指数于1985年开始公布4个分类指数，把33种成份股分别纳入工商业、金融、地产和公共事业4个分类指数中。

5. 日经道·琼斯股票指数

系由日本经济新闻社编制并公布的反映日本股票市场价格变动的股票价格平均数。该指数从1950年9月开始编制。最初在根据东京证券交易所第一市场上市的225家公司的股票算出修正平均股价，当时称为“东证修正平均股价”。1975年5月1日，日本经济新闻社向道·琼斯公司买进商标，采用美国道·琼斯公司的修正法计算，这种股票指数也就改称为“日经道·琼斯平均股价”。1985年5月1日在合同期满10年时，经两家协商，将名称改为“日经平均股价”。



自由买卖——开放式基金

开放式基金在汉语里称为“上市型开放式基金”，在国外又称共同基金。也就是上市型开放式基金发行结束后，投资者既可以在指定网点申购与赎回基金份额，也可以在交易所买卖该基金。不过投资者如果是在指定

网点申购的基金份额，想要上网抛出，以须办理一定的转托管手续；同样，如果是在交易所网上买进的基金份额，想要在指定网点赎回，也要办理一定的转托管手续。

开放式基金在国外又称共同基金，它和封闭式基金共同构成了基金的两种运作方式。开放式基金是指基金发起人在设立基金时，基金单位或股份总规模不固定，可视投资者的需求，随时向投资者出售基金单位或股份，并可应投资者要求赎回发行在外的基金单位或股份的一种基金运作方式。投资者既可以通过基金销售机构购买基金使基金资产和规模由此相应增加，也可以将所持有的基金份额卖给基金并收回现金使得基金资产和规模相应地减少。

开放式基金是世界各国基金运作的基本形式之一。基金管理公司可随时向投资者发售新的基金单位，也需随时应投资者的要求买回其持有的基金单位。

目前，开放式基金已成为国际基金市场的主流品种，美国、英国、我国香港和台湾地区的基金市场均有90%以上是开放式基金。相对于封闭式基金，开放式基金在激励约束机制、流动性、透明度和投资便利程度等方面都具有较大的优势。

(1) 市场选择性强。如果基金业绩优良，投资者购买基金的资金流入会导致基金资产增加；而如果基金经营不善，投资者通过赎回基金的方式撤出资金，导致基金资产减少。由于规模较大的基金的整体运营成本并不比小规模基金的成本高，使得大规模的基金业绩更好，愿买它的人更多，规模也就更大。这种优胜劣汰的机制对基金管理人形成了直接的激励约束，充分体现良好的市场选择。

(2) 流动性好。基金管理人必须保持基金资产充分的流动性，以应付可能出现的赎回，而不会集中持有大量难以变现的资产，减少了基金的流动性风险.

(3) 透明度高。随履行必备的信息披露外，开放式基金一般每日公布资产净值，随时准确地体现出基金管理人在市场上运作、驾驭资金的能力，对于能力、资金、经验均不足的小投资者有特别的吸引力.

(4) 便于投资。投资者可随时在各销售场所申购、赎回基金，十分便利。良好的激励约束机制又促使基金管理人更加注重诚信、声誉，强调中长期、稳定、绩优的投资策略以及优良的客户服务。作为一个金融创新品种，开放式基金的推出，能更好地调动投资者的投资热情，而且销售渠道包括银行网络，能够吸引部分新增储蓄资金进入证券市场，改善投资者结构，起到稳定和发展市场的作用。



稳定运作——封闭式基金

封闭式基金（close-endfunds）是指基金的发起人在设立基金时，限定了基金单位的发行总额，筹足总额后，基金即宣告成立，并进行封闭，在一定时期内不再接受新的投资。基金单位的流通采取在证券交易所上市的办法，投资者日后买卖基金单位，都必须通过证券经纪商在二级市场上进行竞价交易。

封闭式基金属于信托基金，是指基金规模在发行前已确定、在发行完毕后的规定期限内固定不变并在证券市场上交易的

封闭式基金和开放式基金的主要区别如下。

(1) 基金规模的可变性不同。封闭式基金均有明确的存续期限（我国为不少于5年），在此期限内已发行的基金单位不能被赎回。虽然特殊情况下此类基金可进行扩募，但是扩募应具备严格的法定条件。因此，在正常情况下，基金规模是固定不变的。而开放式基金所发行的基金单位是可赎回的，而且投资者在基金的存续期间内也可随意申购基金单位，导致基金的资金总额每日均不断地变化。换言之，它始终处于“开放”的状态。这正是封闭式基金与开放式基金的根本差别。

(2) 基金单位的买卖方式不同。封闭式基金发起设立时，投资者可以向基金管理公司或销售机构认购；当封闭式基金上市交易时，投资者又可委托券商在证券交易所按市价买卖。而投资者投资于开放式基金时，他们则可以随时向基金管理公司或销售机构申购或赎回。

(3) 基金单位的买卖价格形成方式不同。封闭式基金因在交易所上市，其买卖价格受市场供求关系影响较大。当市场供小于求时，基金单位买卖价格可能高于每份基金单位资产净值，这时投资者拥有的基金资产就会增加；当市场供大于求时，基金价格则可能低于每份基金单位资产净值。而开放式基金的买卖价格是以基金单位的资产净值为基础计算的，可直接反映基金单位资产净值的高低。在基金的买卖费用方面，投资者在买卖封闭式基金时与买卖上市股票一样，也要在价格之外付出一定比例的证券交易税和手续费；而开放式基金的投资者需缴纳的相关费用（如首次认购费、赎回费）则包含于基金价格之中。一般而言，买卖封闭式基金的费用要高于开放式基金。

(4) 基金的投资策略不同。由于封闭式基金不能随时被赎回，其募集得到的资金可全部用于投资，这样基金管理公司便可据以制定长期的投资策略，取得长期经营绩效；而开放式基金则必须保留一部分现金，以便投资

者随时赎回，而不能尽数地用于长期投资，一般投资于变现能力强的资产。



股市轻松进——股票型基金

股票基金是以股票为投资对象的投资基金，是投资基金的主要种类。股票基金的主要功能是将大众投资者的小额投资集中为大额资金。投资于不同的股票组合，是股票市场的主要机构投资者。

股票基金按投资的对象可分为优先股基金和普通股基金，优先股基金可获取稳定收益，风险较小，收益分配主要是股利；普通股基金是目前数量最大的一种基金，该基金以追求资本利得和长期资本增值为目的，风险较优先股基金大。

按基金投资分散化程度，可将股票基金分为一般普通股基金和专门化基金：前者是指将基金资产分散投资于各类普通股票上；后者是指将基金资产投资于某些特殊行业股票上，风险较大，但有可能具有较好的潜在收益。

按基金投资的目的还可将股票基金分为资本增值型基金、成长型基金及收入型基金。资本增值型基金投资的主要目的是追求资本快速增长，以此带来资本增值，该类基金风险高、收益也高。成长型基金投资于那些具有成长潜力并能带来收入的普通股票上，具有一定的风险。股票收入型基金投资于具有稳定发展前景的公司所发行的股票，追求稳定的股利分配和资本利得，这类基金风险小，收入也不高。

股票型基金的特点如下。

(1) 与其他基金相比，股票基金的投资对象具有多样性，投资目的也具有多样性。

(2) 与投资者直接投资于股票市场相比，股票基金具有分散风险。费用较低等特点。对一般投资者而言，个人资本毕竟是有限的，难以通过分散投资种类而降低投资风险。但若投资于股票基金，投资者不仅可以分享各类股票的收益，而且可以通过投资于股票基金而将风险分散于各类股票上，大大降低了投资风险。此外.投资者投资了股票基金，还可以享受基金大额投资在成本上的相对优势，降低投资成本，提高投资效益，获得规模效益的好处。

(3) 从资产流动性来看，股票基金具有流动性强、变现性高的特点。股票基金的投资对象是流动性极好的股票，基金资产质量高、变现容易。

(4) 对投资者来说，股票基金经营稳定、收益可观。一般来说，股票基金的风险比股票投资的风险低，因而收益较稳定。不仅如此，封闭式股票基金上市后，投资者还可以通过在交易所交易获得买卖差价。基金期满后，投资者还享有分配剩余资产的权利。

股票基金还具有在国际市场上融资的功能和特点。就股票市场而言，其资本的国际化程度较外汇市场和债券市场为低。一般来说，各国的股票基本都在本国市场上交易，股票投资者也只能投资于本国上市的股票或在当地上市的少数外国公司的股票。在国外，股票基金则突破了这一限制、投资者可以通过购买股票基金，投资于其他国家或地区的股票市场，从而对证券市场的国际化具有积极的推动作用。从海外股票市场的现状来看，股票基金投资对象有很大一部分是外国公司股票。



降低债市门槛——债券基金

债券型基金，顾名思义就是以债券为主要投资标的的共同基金，除了债券之外，尚可投资于金融债券、债券附买回、定存、短期票券等，绝大多数以开放式基金形态发行，并采取不分配收益方式，合法节税。目前国内大部分债券型基金属性偏向于收益型债券基金，以获取稳定的利息为主，因此，收益普遍呈现稳定成长。

债券型基金优点如下。

(1) 低风险，低收益。由于债券收益稳定、风险也较小，相对于股票基金，债券基金风险低但回报率也不高。

(2) 费用较低。由于债券投资管理不如股票投资管理复杂，因此债券基金的管理费也相对较低。

(3) 收益稳定。投资于债券定期都有利息回报，到期还承诺还本付息，因此债券基金的收益较为稳定。

(4) 注重当期收益。债券基金主要追求当期较为固定的收入，相对于股票基金而言缺乏增值的潜力，较适合于不愿过多冒险，谋求当期稳定收益的投资者。

相对于直接投资于债券，投资者投资于债券基金主要有以下优点：

(1) 风险较低。债券基金通过集中投资者的资金对不同的债券进行组合投资，能有效降低单个投资者直接投资于某种债券可能面临的风险。

(2) 专家经营。随着债券种类日益多样化，一般投资者要进行债券投资不但要仔细研究发债实体，还要判断利率走势等宏观经济指标，往往力不从心，而投资于债券基金则可以分享专家经营的成果。

(3) 流动性强。投资者如果投资于非流通债券，只有到期才能兑现，而通过债券基金间接投资于债券，则可以获取很高的流动性，随时可将持有的债券基金转让或赎回。

债券基金投资策略如下。

(1) 确定你的投资有正确的理由。如果你买债券基金的目的是为了增加组合的稳定性，或者获得比现金更高的收益，这样的策略是行得通的。如果你认为买债券基金是不会亏损的，那就需要再考虑一下。债券基金也有风险，尤其是在升息的环境中。当利率上行的时候，债券的价格会下跌，这样你的债券基金可能会出现负的回报。尤其在国内，多数债券基金持有不少可转债，有的还投资少量股票，股价尤其是可转债价格的波动会加大基金回报的不确定性。

(2) 了解你的债券基金持有些什么。为了避免投资失误，在购买前需要了解你的债券基金都持有些什么。对于普通债券而言，两个基本要素是利率敏感程度与信用素质。债券价格的涨跌与利率的升降成反向关系。利率上升的时候，债券价格便下滑。要知道债券价格变化从而债券基金的资产净值对于利率变动的敏感程度如何，可以用久期作为指标来衡量。久期越长，债券基金的资产净值对利息的变动越敏感。

(3) 了解债券基金的信用。债券基金的信用取决于其所投资债券的信用等级。投资人可以通过基金招募说明书了解对所投资债券信用等级有哪些限制；通过基金投资组合报告了解对持有债券的信用等级。对于国内的组合类债券基金，投资人还需要了解其所投资的可转债以及股票的比例。基金持有比较多的可转债，可以提高收益能力，但也放大了风险。因为可转债的价格受正股联动影响，波动要大于普通债券。尤其是集中持有大量可转债的基金，其回报率受股市和可转债市场的影响可能会远大于债市。



投资于短期有价证券——货币市场基金

货币市场基金是指投资于货币市场上短期有价证券的一种基金。该基金资产主要投资于短期货币工具如国库券、商业票据、银行定期存单、政府短期债券、企业债券等短期有价证券。

货币市场基金的产品特征如下。

1. 本金安全

由于大多数货币市场基金主要投资于剩余期限在一年以内的国债、金融债、央行票据、债券回购、同业存款等低风险证券品种，因此这些投资品种就决定了货币市场基金在各类基金中风险是最低的，在事实上保证了本金的安全。

2. 资金流动强

流动性可与活期存款媲美。基金买卖方便，资金到账时间短，流动性很高，一般基金赎回两三天资金就可以到账。

3. 收益率较高

多数货币市场基金一般具有国债投资的收益水平。货币市场基金除了可以投资一般机构可以投资的交易所回购等投资工具外，还可以进入银行间债券及回购市场、中央银行票据市场进行投资，其年净收益率一般可达2%~3%，近期收益率达到2.6%~2.7%，远高于同期银行储蓄的收益水平。不仅如此，货币市场基金还可以避免隐性损失，抵御通货膨胀。当出现通货膨胀时，实际利率可能很低甚至为负值，货币市场基金可以及时把握利率变化及通胀趋势，获取稳定收益，成为抵御物价上涨的工具。

4. 投资成本低

买卖货币市场基金一般都免收手续费，认购费、申购费、赎回费都为零，资金进出非常方便，既降低了投资成本，又保证了流动性。

5. 分红免税

多数货币市场基金面值永远保持一元，收益天天计算，每日都有利息收入，投资者享受的是复利，而银行存款只是单利。每月分红结转为基金份额，分红免收所得税。

另外，一般货币市场基金还可以与该基金管理公司旗下的其他开放式基金进行转换，高效灵活、成本低。股市好的时候可以转成股票型基金，债市好的时候可以转成债券型基金，当股市、债市都没有很好机会的时候，货币市场基金则是资金良好的避风港，投资者可以及时把握股市、债市和货币市场的各种机会。

如何投资货币市场基金

利用货币市场收益率波动的投资策略。货币市场作为一高流动性的短期资金融通场所，利率波动较大，而货币市场基金投资组合只受市场利率的影响。因此可根据短期市场资金供求、利率的判断进行货币市场基金投资。当货币市场资金紧张，预期收益率上升时，即可买入货币市场基金，反之则卖出。当然，货币市场基金投资的风险也体现为此利率风险。

不同类别资产的灵活转换。通常在资本市场的不同时期，货币市场基金、债券基金和股票基金具有不同优势。当股市低迷且有通胀时，投资货币市场基金可规避市场风险和通胀风险，并获得稳定收益；当股市转好且无通胀时，则可迅速转换投资于股票基金以获取超额收益。

短期闲置资金投资。因货币市场基金流动性高、收益稳定、风险低的特点，尤其适合资本短期投资生息以备不时之需，特别是在利率高、通货膨胀率高、证券流动性下降，可信度降低时，可使本金免遭损失。



跟着大盘走——指数基金

指数型基金（IndexFund）是指基金的操作按所选定指数（如美国标准普尔500指数Standard&Poor’s500index，日本日经225指数，我国台湾地区的加权股价指数等）的成份股在指数所占的比重，选择同样的资产配置模式投资，以获取和大盘同步的获利。

指数型基金是一种以拟合目标指数、跟踪目标指数变化为原则，实现与市场同步成长的基金品种。指数基金的投资采取拟合目标指数收益率的投资策略，分散投资于目标指数的成份股，力求股票组合的收益率拟合该目标指数所代表的资本市场的平均收益率。指数基金是成熟的证券市场上不可缺少的一种基金，在西方发达国家，它与股票指数期货、指数期权、指数权证、指数存款和指数票据等其他指数产品一样，日益受到包括交易所、证券公司、信托公司、保险公司和养老基金等各类机构的青睐。

指数型基金是保证证券投资组合与市场指数业绩类似的基金。在运作上，它与其他共同基金相同。指数基金与其他基金的区别在于，它跟踪股票和债券市场业绩，所遵循的策略稳定，它在证券市场上的优势不仅包括有效规避非系统风险、交易费用低廉和延迟纳税，而且还具有监控投入少和操作简便的特点，因此，从长期来看，其投资业绩优于其他基金。

指数型基金是一种按照证券价格指数编制原理构建投资组合进行证券投资的一种基金。从理论上来讲，指数基金的运作方法简单，只要根据每一种证券在指数中所占的比例购买相应比例的证券，长期持有即可。

对于一种纯粹的被动管理式指数基金，基金周转率及交易费用都比较低。管理费也趋于最小。这种基金不会对某些特定的证券或行业投入过量资金。它一般会保持全额投资而不进行市场投机。当然，并不是所有的指数基金都严格符合这些特点。不同具有指数性质的基金也会采取不同的投资策略。

指数基金的特点主要表现在以下几个方面。

（1）费用低廉。这是指数基金最突出的优势。费用主要包括管理费用、交易成本和销售费用三个方面。管理费用是指基金经理人进行投资管理所产生的成本；交易成本是指在买卖证券时发生的经纪人佣金等交易费用。由于指数基金采取持有策略，因此不用经常换股，这些费用远远低于积极管理的基金。

（2）分散和防范风险。一方面，由于指数基金广泛地分散投资，任何单个股票的波动都不会对指数基金的整体表现构成影响，从而分散风险。

另一个方面，由于指数基金所钉住的指数一般都具有较长的历史可以追踪，因此，在一定程度上指数基金的风险是可以预测的。

(3) 延迟纳税。由于指数基金采取了一种购买并持有的策略，所持有股票的换手率很低，只有当一个股票从指数中剔除的时候，或者投资者要求赎回投资的时候，指数基金才会出售持有的股票，实现部分资本利得，这样，每年所交纳的资本利得税（在美国等发达国家中，资本利得属于所得纳税的范围）很少，再加上复利效应，延迟纳税会给投资者带来很多好处，尤其在累积多年以后，这种效应就会愈加突出。

(4) 监控较少。由于运作指数基金不用进行主动的投资决策，所以基金管理人基本上不需要对基金的表现进行监控。指数基金管理人的主要任务是监控对应指数的变化，以保证指数基金的组合构成与之相适应。



真的保本吗？——保本基金

保本型基金在国外风行多年，因为不论市场走多或空，都不会影响日常生活，或原先既定计划。但由于保本基金有投资期间的限制，提前赎回不但无法保障本金，还必须支付赎回费用，因此在投资这类商品时，必须注意赎回手续费的比例与相关赎回条件。

保本型基金（Principal Guaranteed Fund），主要是将大部分的本金投资在具有固定收益的投资工具上，像定存、债券、票券等，让到期时的本金加利息大致等于期初所投资的本金；另外，在将孳息或是极小比例的本金设定在选择权等衍生性金融工具上，以赚到投资期间的市场利差，因此保本型基金在设计上提供了小额投资人保本及参与股市涨跌的投资机会。

保本型基金虽然提供投资人到期赎回基金时，可以拿回某一比例的本金，但是并非所有的保本型基金都是百分之百的保本，在保本的范围上，大致区分为"完全保本但不保息"、"完全保本及保障利息"及"只保障部分本金及固定利息收入"三种，因此并非所有的保本型基金都提供100%的保本设计。

简单来说，以100万元、保本比率100%的保本基金为例，投资公司为了提供百分之百的本金保障，在初期时购买利率为5%的一年期零息票券，期初支付95万，一年后可以拿回100万，达到保本之目的；另外将剩余的5万元用于购买指数选择权，假设一单位的选择权要10万元，5万元只可以买到0.5个单位的选择权，若到期时，选择权获利30%，由于该契约只能购买0.5个单位，因此可以获得报酬率为30%×0.5=15%，此0.5就是契约上所说的参与率（participationpercentage)。所以，保本比率越高参与率就越低，相对的投资风险较低，因此保本比率的设计对于

投资报酬率及投资风险有相当重要的影响性。投资人在投资保本型基金时，可以根据自己的风险需求来决定保本的比例。

保本型基金虽然保本，但有期限。由于保本型基金是经过组合而成，不论是固定收益商品或是选择权的投资，都有一定的期间规定，因此与一般基金永续经营不同的是，保本型基金发行时大都订有存续期间，以免客户赎回频率过于频繁，影响到基金的操作成本及绩效，目前一般的保本型基金设计的运作时间上大都为2~3年。

此外，保本型基金所提供的归还本金保证，只有在基金到期时，若投资人提前解约赎回，不但无法享有保本保证，且通常还必须负担赎回费用。不过目前新发行的保本型基金大都订有定期赎回的机制，最常见的以季或月来开放赎回，唯提早赎回仍不能享有基金所提供的归还本金之保障，因此在考虑保本型基金时，投资人最好预先做好长短期资金规划，再搭配选择合适的保本型基金。



索罗斯的智慧——对冲基金

就在美国金融危机袭来，人们陷入债务泥潭，经济全面萧条的时刻，金融杂志《Alpha》2009年4月13日的一则消息引起了人们的关注：国际著名对冲基金投资者索罗斯自2007年美国陷入经济危机至今，总共大赚了27.5亿英镑，并居年度赚钱最多的对冲基金经理排名榜第4名。报道称，索罗斯等对冲基金经理的沽空投机活动，被指是引发金融海啸的原因之一，消息令不少在经济危机中损失惨重的商人和家庭颇感愤慨。

20世纪90年代以来，对冲基金行业获得极大的发展，其表现引人瞩目，从1992年欧洲货币危机，1994年债券市场危机，到1997年的亚洲金融危机，世界似乎越来越不得安宁。许多人指责对冲基金是金融风险之源，特别是导致了亚洲金融危机。

看到这里你一定很奇怪，对冲基金怎么会在经济全面萧条的背景下赚那么多钱呢？到底什么是对冲基金呢？

对冲基金（也称避险基金或套利基金）意为“风险对冲过的基金”，起源于20世纪50年代初的美国。早期的对冲为的是真正的保值，曾用于农产品市场和外汇市场。当时的操作宗旨在于利用期货、期权等金融衍生产品以及对相关联的不同股票进行买空卖空、风险对冲的操作技巧，在一定程度上可以规避和化解投资风险。套期保值者一般都是实际生产者和消费者，或拥有商品将来出售者，或将来需要购进商品者，或拥有债权将来要收款者，或负人债务将来要偿还者，等等。这些人都面临着因商品价格和货币价格变动而遭受损失的风险，对冲是为回避风险而做的一种金融操作，目的是把暴露的风险用期货或期权等形式回避掉（转嫁出去），从而

使自己的资产组合中没有敞口风险。

比如，一家法国出口商知道自己在三个月后要出口一批汽车到美国，将收到100万美元，但他不知道三个月以后美元对法郎的汇率是多少，如果美元大跌，他将蒙受损失。为避免风险，可以采取在期货市场上卖空同等数额的美元（三个月以后交款），即锁定汇率，从而避免汇率不确定带来的风险。对冲既可以卖空，又可以买空。如果你已经拥有一种资产并准备将来把它卖掉，你就可以用卖空这种资产来锁定价格。

经过几十年的演变，对冲基金已失去其初始的风险对冲的内涵，演变为一种新的投资模式的代名词，即基于最新的投资理论和极其复杂的金融市场操作技巧，充分利用各种金融衍生产品的杠杆效用，承担高风险，追求高收益的投资模式。

这种金融游戏的好处是，它可以给基金投资者非常高的回报。原因是对冲基金可以操控比自有资本大得多的交易，因为它可以用“卖空”过程中获得的现金去“买空”。有时候对冲基金可以控制比自有资本大100倍的交易，这意味着如果它控制的资本上升1%或者它的负债下降1%，它的资本就会翻一番。

这种金融游戏的坏处在于对冲基金亏损起来也非常快。如果市场变化与对冲基金的估计相反，很容易就会耗尽对冲基金的资本或者至少可以损失到使它丧失卖空的能力，也就是说，那些借给对冲基金股票或者其他资产的债权人会要求还债。

对冲基金的组织结构一般是合伙人制。基金投资者以资金入伙，提供大部分资金但不参与投资活动；基金管理者以资金和技能入伙，负责基金的投资决策。由于对冲基金在操作上要求高度的隐蔽性和灵活性，因而在美国对冲基金的合伙人一般控制在100人以下，而每个合伙人的出资额在100万美元以上（不同的国家，对于对冲基金的规定也有所差异，比如日本对冲基金的合伙人要求控制在50人以下）。由于对冲基金多为私募性质，从而规避了美国法律对公募基金信息披露的严格要求。

> 对冲基金中最著名的莫过于乔治·索罗斯的量子基金及朱里安·罗伯逊的老虎基金，它们都曾创造过高达40%~50%的复合年度收益率。乔治·索罗斯——一个匈牙利难民出身的美国企业家，在1969年成立了他的量子基金。索罗斯一向擅长在经济危机中逆市赚钱，他的代表作是在1992年的“黑色星期三”中，疯狂沽空英镑，击溃英伦银行，并在这一役中获利多达15亿美元。
>
> 此事源于1990年英国加入了欧洲货币体系的汇率机制（ERM），这是一套作为向统一欧洲货币体系过渡的固定汇率机制，然而英国不喜欢这套被迫加入的制度。虽然在法律上各个国家都是平等的，但实际上，每个国家都向德国中央银行的货币制度看齐。同时，以较高的汇价基础进入欧洲汇率机制的英国，处在比较严重的经济衰退之中，其政府的支持率越来越低。尽管官员们坚决否认英国会退出欧洲汇率机制，但总是存在烦人的疑

问：这些官员是否真的这么想。1992年9月，德国中央银行行长在《华尔街日报》上发表了一篇文章，文章中提到，欧洲货币体制的不稳定只有通过货币贬值才能解决。索罗斯机敏地意识到英国日益高涨的泡沫经济必然令当局将英镑贬值，德国马克将不再支持英镑，于是他旗下的量子基金以5%的保证金方式大笔借贷英镑，购买马克。他的策略是：当英镑汇率未跌之前用英镑买马克，当英镑汇率暴跌后卖出一部分马克即可还掉当初借贷的英镑，剩下的就是净赚。在此次行动中，索罗斯的量子基金卖空了相当于70亿美元的英镑，买进了相当于60亿美元的马克，在一个多月时间内净赚15亿美元，而欧洲各国中央银行共计损伤了60亿美元，此次事件以英镑在1个月内汇率下挫200名而告终。

毫无疑问，对冲基金已经蹂躏了世界市场。考虑到对冲基金这条金融大鳄的巨大危害性，在伦敦金融峰会上各国达成共同打击国际金融市场上容易兴风作浪的对冲基金，以及避税天堂等投机势力的共识，将把对冲击基金纳入监管范围。看来这条金融大鳄的前景不那么乐观了。



投资价值的体现——基金净值

共同基金所拥有的资产每个营业日根据市场收盘价所计算出之总资产价值，扣除基金当日之各类成本及费用后，所得到的就是该基金当日之净资产价值。除以基金当日所发行在外的单位总数，就是每单位净值。基金估值是计算净值的关键。

单位基金资产净值，即每一基金单位代表的基金资产的净值。单位基金资产净值计算的公式为：

单位基金资产净值=（总资产–总负债）/基金单位总数

其中，总资产是指基金拥有的所有资产（包括股票、债券、银行存款和其他有价证券等）按照公允价格计算的资产总额。总负债是指基金运作及融资时所形成的负债，包括应付给他人的各项费用，应付资金利息等。基金单位总数是指当时发行在外的基金单位的总量。

基金估值是计算单位基金资产净值的关键。基金往往分散投资于证券市场的各种投资工具，如股票、债券等，由于这些资产的市场价格是不断变动的，因此，只有每日对单位基金资产净值重新计算，才能及时反映基金的投资价值。基金资产的估值原则如下。

（1）上市股票和债券按照计算日的收市价计算，该日无交易的，按照最近一个交易日的收市价计算。

（2）未上市的股票以其成本价计算。

(3) 未上市国债及未到期定期存款，以本金加计至估值日的应计利息额计算。

(4) 如遇特殊情况而无法或不宜以上述规定确定资产价值时，基金管理人依照国家有关规定办理。

许多基民喜欢以基金净值高低作为投资的重要线索。而事实上，基金不同于股票，股票的价格受供求关系影响很大，其价格高有可能与其内在价值相背离，背离到一定程度的时候股价就会回调。而基金净值代表的是共同基金的实际价值，不存在溢价，基金的净值高是说明它的净资产价值高，它的管理的资产在过往取得了较高回报率，体现了基金投资管理能力经得起市场的考验。

因此，对于投资人来说，不能单纯以净值高低来选择某只基金，对净值较低基金的偏爱可能会使许多投资者丧失长期增值机会。不能不加选择地来一只就买一只，而应该对基金进行优选，从中挑选出适合自己的优质基金。基金是基金公司的产品，选择基金应该从基金公司和基金经理两个方面去考察。尹良认为，不管基金市场任何风云变幻，优秀的基金公司以及优秀的基金经理将会与时俱进，在承担合理风险的前提下为投资者实现更多回报。因此，投资者首先应该从基金公司及其基金经理这两个方面出发来进行评判与选择。



聚焦黄金交易——国际主要黄金交易中心

1. 伦敦黄金市场

英国在欧洲历史上有着举足轻重的作用，它是第一个实行金本位制的国家，在黄金投资与管理上经验丰富。伦敦黄金市场历史悠久，其发展历史可追溯到300多年前。1804年，伦敦取代荷兰的阿姆斯特丹成为世界黄金交易的中心，1919年伦敦金市正式成立，每天进行上午和下午的两次黄金定价。由五大金行定出当日的黄金市场价格，该价格一直影响纽约和香港的交易。市场黄金的供应者主要是南非。1982年以前，伦敦黄金市场主要经营黄金现货交易，1982年4月伦敦期货黄金市场开业。目前，伦敦仍是世界上最大的黄金市场。

2. 苏黎世黄金市场

苏黎世黄金市场，是第二次世界大战后发展起来的国际黄金市场。由于瑞士特殊的银行体系和辅助性的黄金交易服务体系，为黄金买卖提供了一个既自由又保密的环境，加上瑞士与南非也有优惠协议，获得了80%的南非黄金，以及前苏联的黄金也聚集于此，使得瑞士不仅是世界上新增黄金的最大中转站，也是世界上最大的私人黄金的存储中心。

苏黎世黄金市场没有正式组织结构，由瑞士三大银行即瑞士银行、瑞士信贷银

行和瑞士联合银行负责清算结账、三大银行不仅可为客户代行交易，而且黄金交易也是这三家银行本身的主要业务。苏黎世黄金总库建立在瑞士三大银行非正式协商的基础上，不受政府管辖，作为交易商的联合体与清算系统混合体在市场上起中介作用。

3. 美国黄金市场

美国黄金市场是20世纪70年代中期发展起来的，主要是1977年后美元贬值，美国为了套期保值和投资增值获利发展起来的。美国黄金市场由包括纽约商品交易所、芝加哥国际商品交易所、底特律、旧金山和水牛城共五家交易所构成。

美国黄金市场以做黄金期货交易为主，目前纽约黄金市场已成为世界上交易量最大和最活跃的期金市场。

4. 香港黄金市场

香港黄金市场已有90多年的历史。其形成是以香港金银贸易场的成立为标志。1974年，香港政府撤销了对黄金进出口的管制，此后香港金市发展极快。由于香港黄金市场在时差上刚好填补了纽约、芝加哥市场收市和伦敦开市前的空当，可以连贯亚、欧、美，形成完整的世界黄金市场。其优越的地理条件引起了欧洲金商的注意，伦敦五大金商、瑞士三大银行等纷纷来港设立分公司。他们将在伦敦交收的黄金买卖活动带到香港，逐渐形成了一个无形的当地“伦敦金市场”，促使香港成为世界主要的黄金市场之一。

5. 新加坡黄金市场

新加坡黄金市场始于1969年，政府准许三家金号和七家银行可以进行黄金买卖，仅有20多年的历史，当时交易限制较多，买卖疏落。1973年，新加坡政府放宽对黄金买卖的限制，同时正式解除了外汇管制，是新加坡黄金市场步向成熟。1984年，新加坡推出了与芝加哥金融期市挂钩的新加坡金融期市（SIMEX），组成一个全球最大的金融期市。投资者可以分别在新加坡金融期市和芝加哥金融期市入市和平仓。使得两各地区的营业时间延长，也令新加坡的黄金市场步向国际化。

连通世界的桥梁
——国际贸易篇



经济领域内的世界大战——国际贸易

古代有一个国家的皇帝下了一道非常奇怪的圣旨，本国的大臣必须穿丝绸衣服，但是老百姓却不能养蚕，只能种粮食。结果丝绸价格一涨再涨，依然供不应求。邻国见到这一情况，就发动全国的老百姓都去养蚕制丝，再转而卖到这个国家，许多人发了大财。几年过后，这个皇帝又下了第二道圣旨，本国大臣只能穿土布衣服，于是邻国的丝绸就卖不动了，不仅如此，因为举国造丝，无人种粮，他们只得向这个国家高价购买粮食。出乎意料的，该皇帝又下了第三道圣旨：本国的粮食一粒都不能卖到外国去。可想而知，不动干戈，一个没有种粮食的国家便就此灭亡了。

有道是“天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往”，国家与国家之间亦是如此。这个故事中聪明的国王利用贸易战，轻而易举地就消灭了一个国家，虽然听起来有点不可思议，但我们从中能清晰地看到：国际贸易对于一个国家来说，具有重大的意义。有人将国际贸易称为“没有硝烟的战争”，这一点都不为过。

国际贸易亦称“世界贸易”或“进出口贸易”，泛指国际间的商品和劳务（或货物、知识和服务）的交换。它由各国（地区）的对外贸易构成，是世界各国对外贸易的总和。国际贸易在奴隶社会和封建社会就已产生，并随生产的发展而逐渐扩大。到资本主义社会，其规模空前庞大，直至扩展到世界范围。

国际贸易与国内贸易在性质上并无多大不同，但由于它是在不同国家（地区）之间进行的，因此与国内贸易相比具有以下特点。

(1) 国际贸易涉及不同国家（地区），不同国家（地区）之间在政策措施、法律体系方面可能存在差异和冲突，在语言文化、社会习俗等方面也有较大的差异，因此，国际贸易所涉及的问题远比国内贸易复杂。

(2) 国际贸易的交易数量和金额一般都较大，运输距离较远，履行时间较长，不可控的客观因素（如索马里海盗问题）较多，因此，交易双方承担的风险远比国内贸易要大。

(3) 国际贸易容易受到交易双方所在国家的政治、经济、双边关系及国际局势变化等条件的影响。

(4) 国际贸易除了交易双方外，还需涉及运输、保险、银行、商检、海关等部门的协作、配合，其过程较国内贸易要复杂得多。

20世纪中后期，国际贸易迅猛发展，各国为了各自经济利益，加上国际贸易特有的特点，各国家间贸易摩擦、纷争不断，有的甚至兵戎相见。

20世纪后期，日本汽车工业呈现出一派欣欣向荣的景象，“车到山前必有路，有路就有丰田车”是其汽车工业繁荣最好的例证，与之相比，美国的汽车工业则发展缓慢。1980年，美日之间爆发了旷日持久的汽车贸易战。从1980年到1992年，双方有关汽车贸易摩擦的谈判几乎就没有间断过。到了1992年，时任美国总统的老布什亲自带领美国汽车制造商组团到日本进行谈判。精明的日本人欲擒故纵，同意从该年起将对美轿车出口量由230万辆降至165万辆，紧接着便暗度陈仓，进一步扩大日本公司在美国本土的汽车生产，并通过在其在他国的汽车生产，借助第三国将汽车源源不断地开入美国。面对这种情况，1993年美国总统克林顿在《美日框架协议》中要求日本进一步开放汽车市场，但遭拒绝。到了1995年5月16日，美国政府终于决定实施单边报复，宣布将对来自日本的豪华轿车征收100%的关税。这一举措顿时在日本国内引起轩然大波，并迫使日本人“真正地”坐下来与美国人谈判。在经过拉锯式的谈判后，双方终于达成《美日汽车及汽车零件协议》。日本同意放宽对汽车配件市场的管制，增加购买美国生产的汽车零配件的数量，美国则放弃了对日出口汽车及其零配件一贯设定数量目标的做法。自此，这场美日汽车贸易大战趋向缓和。然而，还远远未到画上句号的时候，双方的摩擦仍然时断时续。

为了更好地解决各国间的贸易纷争，维护世界经济和贸易的秩序，1994年成立了世贸组织（World Trade Organization），简称WTO。WTO的主要职能有：组织实施各项贸易协定；为各成员提供多边贸易谈判场所，为多边谈判结果提供框架；解决成员间的贸易争端；对各成员的贸易政策与法规进行定期审议；协调与国际货币基金组织、世界银行的关系。



各国货币的“身价”——汇率

一个外星人到地球参观，看到地球上有两棵果树都结了果子，但是一棵种在A国，一棵种在B国。外星人很想吃，于是，他就对地球人说：“我要买你们的果子吃。”

地球人说：“好，但首先你要确定到哪里去买，到A国去买，1A元1个；到B国去买，1B元1个。”

外星人说：“那我用1B元买一个好了。”

地球人说：“且慢！其实你不用花钱就可以，你先从A国借一个果子，到B国去换1B元，拿1B元到A国去，就可以换10个果子，从其中拿出一个果子还给A国人，你就白得了9个果子。你再拿9个果子去换9B元，再到A国去

换90个果子，再拿这90个果子去换90B元，然后到A国去换900个果子——这样下去，A国的好东西就都被你买光了！”

外星人说：“哪有这样的好事！那A国人为什么不到B国去卖个好价格？”

地球人说：“A国有关方面规定，10A元等于1B元，相当于规定了10个A国的果子等于1个B国的果子啊！”

这就是汇率在发挥作用。汇率，也称作汇价，是国家与国家之间兑换货币时的比率。通俗地说，汇率就是用一种货币去购买另一种货币的价格。比方说要购买一美元，你得花多少欧元，或者反过来说，要购买一欧元，你得付出多少美元。汇率的高低也就直接影响该商品在国际市场上的成本和价格，直接影响商品的国际竞争力。

汇率的特性在于它多半是浮动的比率。只要货币能够透过汇率自由交换，依交换量的多寡，就会影响隔天的汇率，因此，有人也以赚汇差营利，今日以较低的比率购进某一外币，隔日等到较高的比率出现时，再转手卖出。所以有时通过汇率也能看出一个国家的经济状况。了解外汇也能看出这个国家的出口贸易状况。

一个小小的汇率竟有这样大魔力！可能有人会问，汇率的比价到底是怎么确定的呢？汇率比价是由国家之间规定的，但是国家在制定汇率的时候一般是根据利率来制定的，经济学上称为利率平价理论，一国利率提升，其他国家的资金就会涌向这个国家，导致这个国家的利率上升，一国利率下降，本国资金就会涌向他国，导致本国的利率下降。这是由凯恩斯提出来的，普通读者无须知道汇率怎么算出的，那是专业人士的事情，只要明白汇率的上下波动，对我们实际生活的影响就足够了。汇率上升，同样会引起利率上升，汇率下降会引起利率下降，我们普通老百姓可以根据汇率升降情况来判断自己的投资消费决策。

汇率除了影响到出境旅游、海外购物以外，其波动还和利率一样，影响到生活的方方面面，2008年的金融危机，与人民币汇率的提升有着重要的关系。在汇率上升的时候，尽量不要做出口生意。汇率上升的时候，可以多安排出国旅游，或去国外考察，因为此时同样的钱可以换回更多的外币；汇率下降的时候，要避免出国考察或旅游，应多安排海外出口，因为这样能换回更多的人民币。总之汇率上升，在海外消费最合适；汇率下降，在国内消费最合适。



你的钱在其他国家能买到什么？——购买力平价

购买力平价理论认为正如“一物一价”原则成立一样，汇率是可以决定的，或者说汇率是应该决定的。如果世界上只有一种产品，其计算就极为简单，但事实并非如此。

1986年9月，英国著名的杂志《经济学人》推出了一个有趣的“巨无霸指数”。巨无霸指数是一个非正式的经济指数，用于测量两种货币的汇率在理论上是否合理。假设一个麦当劳巨无霸在美国的价格是4美元，而在英国是3英镑，那么经济学家认为美元与英镑的购买力平价汇率就是3英镑=4美元。而如果在美国一个麦当劳巨无霸的价格是2.54美元，在英国是1.99英镑，在欧元区是2.54欧元，而在中国只要9.9元的话，那么经济学家由此推断，人民币是世界上币值被低估最多的货币。因为根据一物一价定律，相同的商品在全世界都应当有相同的价格。如果巨无霸指数大于1，则说明在这个国家麦当劳的价格较美国低，反之则比美国高。从汇率的角度说，就是这个国家货币的汇率被低估，或者美元的汇率被高估。

同样的产品在世界各地的货币标价却相差巨大，而且与官方的汇率换算完全不符，因此，在一些西方经济学家眼中，麦当劳的巨无霸已经成为评估一种货币真实价值的指数。

在英语国家里从“巨无霸指数”衍生出了“汉堡包经济”一词。1986年之后的每一年，《经济学人》都要发布一次新的“巨无霸指数”，这个指数也由此风靡全球。对于用麦当劳巨无霸来测量各个国家的货币购买力，经济学家对其科学性是持有争议的，因为这种测量方法假定购买力平价理论成立，而购买力平价理论是否成立目前尚无统一定论。

购买力平价理论认为，人们对外国货币的需求是由于用它可以购买外国的商品和劳务，外国人需要其本国货币也是因为用它可以购买其国内的商品和劳务。因此，本国货币与外国货币的交换，就等于本国与外国购买力的交换。所以，用本国货币所表示的外国货币的价格也就是汇率，决定于两种货币的购买力比率。由于购买力实际上是一般物价水平的倒数，因此，两国之间的货币汇率可由两国物价水平之比表示。这就是购买力平价说。从表现形式上来看，购买力平价说有两种定义，即绝对购买力平价和相对购买力平价。

购买力平价理论，采用一种根据各国不同的价格水平计算出来的货币之间的等值系数，使我们能够对各国的国内生产总值进行合理的比较，然而这种理论汇率与实际汇率可能会有很大的差距。根据一价定律，相同的商品在全世界都应当有相同的价格，因此购买力平价理论指出，在对外贸易平衡的情况下，两国之间的汇率将会趋向于靠拢购买力平价。

购买力平价理论认为：用现行的货币汇率来比较各国人民的生活水平会产生误导。比如，墨西哥比索相对于美元贬值一半，那么以美元为单位的国内生产总值也将减半。可是，这并不表明墨西哥人变穷了。如果以比索为单位的收入和价格水平保持不变，而且进口货物对墨西哥人的生活水平并不重要（因为此时进口货物的价格将会翻番），那么货币贬值并不会带来墨西哥人生活质量的恶化。如果采用购买力平价，就可以避免这个问题。

而对购买力平价理论持批评意见的经济学家认为，假定所有国家商品价格的相等是错误的，那么不同国家的人对于同一种商品的估价是不同的。例如，一种在甲国是奢侈品的商品，在另一个国家有可能只是一般日用品。而购买力平价理论却没有考虑到这种情况。汇率表示本国货币在另一个国家的购买力，而购买力平价汇率与能在另一国买到多少东西无关。此外，购买力平价在统计学上具有欺骗性，例如，可以通过精心地选择所用的商品获得对某国有利或不利的结果。

越是收入水平低的发展中国家，其本国汇率越是低于购买力平价。这是因为，即使“一物一价”的法则在工业制品等贸易产品上基本成立，但在非贸易产品的很多服务上，却反映出工资水平的差距，反映出收入越低的国家其服务价格越便宜。由此可以发现，经济发展水平越高，汇率与购买力平价的理论数值间的偏离幅度越小，当接近发达国家的水平时，汇率就会下降到与购买力平价大体相当的水平。



两利相权取其重，两弊相权取其轻——比较利益

杨振宁在研究理论物理之前，曾经在芝加哥大学做实验物理的研究，然而他的研究并不顺利。虽然导师对他的见识非常赏识，但动手能力差使他在实验物理的研究方面始终没有进展。在芝加哥大学有一个笑话流传至今：“哪里有爆炸，哪里就有杨振宁。”后来，在导师的建议下，他转攻理论物理。1957年，杨振宁与李政道以他们提出的宇称不守恒理论共同获得了诺贝尔物理学奖。他们两个人是最早获得诺贝尔奖的华人。

对于杨振宁而言，实验物理并不是他的强项，理论物理更加具有比较优势。正是由于利用了这个比较优势，他才获得巨大的成功。

现代经济以及当今世界都明显地基本上依赖于个人之间、企业之间和民族之间的专业化和分工。虽然人们很早就认识到了专业化分工的好处，但是，在英国著名经济学家大卫·李嘉图提出比较利益原则以后，才产生了分析巨大“贸易来源”的基本方法。

李嘉图的比较利益原则是在亚当·斯密绝对成本差异的基础上发展起来的。亚当·斯密认为国际分工应按由于地域自然条件不同而形成的商品成本绝对差来分工，即一个国家输出的商品一定是在生产上具有绝对优势、生产成本绝对低于他国的商品。李嘉图发展了这一观点，他认为决定国际分工与国际贸易的一般基础不是绝对成本，而是比较成本或比较利益。一国与另一国相比，即使在商品生产成本上都处于绝对劣势，但只要本国集中生产那些成本劣势较小的商品，而另一个在所有商品生产成本上都处于绝对优势的国家，集中生产那些成本优势最大的商品，即按照“有利取重，不利取轻”的原则进行国际分工与国际贸易，同样也会增加社会财富，交易双

方也都能获得利益。



以低价取胜——倾销

1999年1月，中国出口的黄磷在欧盟遭遇反倾销调查。欧盟认为，作为涉案企业的云南马龙化建股份有限公司属于“国有企业”，是“非市场经济”，在出口中得到了政府的价格补贴，从而得以在欧洲进行倾销。但是，云南马龙的管理者已经拥有公司股权，公司有30%的股票已经上市，并不存在政府对公司管理的干预。虽然矿料的供应商有许多属于国有企业，但其生产、投入由市场决定，定价也由供需双方自行确定。鉴于此，云南马龙及时向欧盟提出市场经济地位的申请。经过一番调查，欧盟终于认可了云南马龙的市场经济地位。在这起反倾销案中，云南马龙赢得了胜利。

这只是一个非常普通的有关“倾销”与“反倾销”博弈的案例。其实近年来，中国制造业逐渐兴起，中国企业被国外指控倾销的事件屡有发生。自从1979年欧洲共同体对我国糖精发起首例反倾销指控以来，到目前为止，我国已经成为世界上遭受反倾销最多的国家，中国的对外贸易也因此受到很大的影响。

那么到底什么是倾销呢？《关于执行1994年关贸总协定第6条的协议》规定：在正常的贸易过程中，一种产品从一国出口到另一国，如果该产品的出口价格低于在其本国内消费的相同产品的可比价格，也即以低于其正常价值的价格出口到另一国，则该产品将被认为是倾销。

按照倾销的目的，商品倾销可以分为三种形式。①偶然性倾销。因为销售旺季已过，或公司改营其他业务，而把“剩余产品”向外国抛售。这种倾销对商品进口国危害不大，相反消费者还会从中获益，一般不会遭遇“反倾销”调查。②间歇性倾销，即以低于市场价格甚至是成本价格的价格，向外国市场倾销，垄断市场后再行提价。此种倾销将对商品进口国的经济秩序产生很大的影响，普遍受到各国的强烈反对。③长期性倾销，即产品出口价格低于国内价格但高于生产成本，采用规模经济来扩大生产，降低成本。此种倾销亦被各国所反对。

倾销常常还具有以下几个明显的特征。

第一，倾销是一种人为的低价销售措施。它是指由出口商根据不同的市场，以低于有关商品在出口国市场价格的价格对同一商品进行差价销售。

第二，倾销的动机和目的是多种多样的。有的是为了销售过剩产品，有的是为了争夺国外市场，扩大出口，但只要对进口国某一工业的建立和发展造成实质性损害或实质性威胁或实质性阻碍，就会招致反倾销措施的惩罚。

第三，倾销是一种不公平竞争行为。商家将产品以倾销的价格在国外市场销售，从而获得在该国市场的竞争优势并进而消灭竞争对手，造成垄断的局面，然后再提高价格以获取高额利润。

第四，倾销的结果往往给进口方的经济或生产者的利益造成损害，特别是掠夺性倾销扰乱了进口方的市场经济秩序，给进口方经济带来毁灭性打击。

根据世贸组织的有关规定，遭遇倾销的国家有权对外国商品在本国市场上的倾销行为采取抵制措施。通常的做法是对倾销的外国商品除征收一般进口税外，再增收附加税，使其不能廉价出售，此种附加税称为“反倾销税”。例如，美国政府规定：外国商品刚到岸价低于出厂价格时被认为商品倾销，将立即对其采取反倾销措施。虽然在《关税及贸易总协定》中对反倾销问题做了明确规定，要按照客观公正的原则去对待反倾销，要严格按照相关法律法规操作，但实际上各国仍各行其是，只是把反倾销作为贸易战的主要手段之一而已。

我们仔细分析一下就会知道，中国制造的产品物美价廉，深受世人喜爱，价格之所以比那些产品进口国的同类产品低很多，主要是因为中国拥有大量廉价的劳动力，产品的生产成本本来就低，所以价格也就比较便宜，因此，有关中国出口企业进行倾销的说法大多是站不住脚的。

金融危机到来后，国际保护主义有所抬头。针对中国的反倾销案正迅速增加，其中很多都是以反倾销为借口，把反倾销当做保护本国民族工业的一种手段。对此，我国出口企业和政府要灵活应对，切实保护自己的合法权益。



世界加工厂——中国制造

圣诞节过后，美国人萨拉清理圣诞礼品时忽然发现，自己家里的玩具、袜子、鞋子、DVD等等，几乎都贴着“中国制造”的标签。于是她异想天开：如果过一年没有“中国制造”的日子会怎样呢？接下来，萨拉和她的丈夫凯文以及她的两个孩子一起开始了这次“冒险”。在没有“中国制造”的日子里，全家人遇到了出人意料的烦恼。为了给孩子买鞋，萨拉跑遍了附近的商场也一无所获，最后不得不订购了一双价格不菲的意大利童鞋。在沃尔玛、塔吉特等大型连锁超市里，到处都是“中国制造”的产品。孩子们想要玩具，却只能在琳琅满目的货柜前逛来逛去。孩子过生日时，萨拉为了买生日蜡烛，甚至开车跑遍了全城……

这个故事生动形象地说明，“中国制造”的影响力已经无处不在。故事中萨拉的一家原本想要摆脱“中国制造”，结果却惹得麻烦缠身。

毫无疑问，改革开放以来，中国经济的巨轮之所以能持续、高速地前进，与中国的对外贸易密不可分，“中国制造”成为中国发展的巨大引擎。“中国制造”遍布全球，这是经济全球化的结果。

“中国制造”给人最深的印象是价格便宜。就目前来说，“中国制造”之所以能遍布世界，其主要原因在于物美价廉。“中国制造”的主体贸易有一半以上是加工贸易，其产品完全按照外国提供的要求和标准生产，产品的附加值很少，因此，即使有了这样辉煌的出口成绩，中国还不能被称作真正的世界工厂，最多只能称做一个世界加工厂。

在“中国制造”风光无限地外表下，也暴露出了一系列深刻的问题。第一，资源的浪费和对生态环境的破坏。目前，中国每日耗水量居世界第一，污水排放量居世界第一，能源消费和二氧化碳排放量居世界第二。种种迹象表明，“中国制造”必须走转型之路，摘掉“世界加工厂”的帽子，开拓一条新型工业化之路。第二，“中国制造”需要重塑国际形象。美国《商业周刊》曾经发文指出，“中国制造”存在商业道德问题。“中国制造”最危险的东西是迅速蔓延的重利轻义的资本主义风气。2008年发生的“三鹿奶粉事件”，让世人对中国的食品安全感到担忧。

中国要想由“世界加工厂”转变为真正的“世界工厂”，还有很长的一段路要走。首先，生产企业必须要提升产品质量和核心竞争力，现在中国制造的大多都是些低附加值产品，而一些高附加值、高新技术产品均无法生产。其次，还得丰富“中国制造”的内涵，提升其在人们心目中的形象，生产者必须加强自身的道德修养，绝不能以次充好，蒙骗消费者。只有这样，才能让“中国制造”真正成为全球市场的新宠，才能使中国成为一个全新的“世界工厂”。



做美国的农民最幸福——贸易补贴

美国于2002年5月出台了一部名为《2002年农业保障和农村投资法》的法律，实施期为2002—2007年，由10个部分组成。这部法律规定的主要农业补贴政策大多集中于“商品补贴”、“资源保育补贴”和“农产品贸易补贴”条款之中，在其中的“商品补贴”条款中，主要通过“贷款差额补贴”、“固定收入补贴”和“反周期补贴”等措施，对种植小麦、饲料谷物、棉花、大米、油籽的农民构建“三级收入安全网”，提供巨额收入补贴。对乳制品、食糖、花生生产者继续提供价格补贴、贷款补贴和进口保护。

目前，美国农业补贴政策已经越来越受人们的关注，甚至成为国际间争论的焦点，人们认为美国联邦政府应该取消对农业的补贴，以使其他国家的农民能平等地

与美国农民展开国际竞争。

贸易补贴，指的是国家对进出口贸易给予津贴。贸易补贴可以是直接的，也可以是间接的。直接贸易补贴简单来说就是负税（如出口退税）。间接贸易补贴则一般采取放宽信贷、廉价使用能源或免费使用基础设施等方式来实现。贸易补贴能提高出口企业在国际上的竞争力，但会使别国同类企业受到严重影响，属于一种不正当竞争方式，历来为人们所反对。

虽然农业劳动力在美国总就业人数中所占的比重不到3%，但美国仍是一个农业大国，其农业总产量一直位居世界前列，同时也是全球最大的农产品出口国。一方面是因为美国农业已实现高度机械化，但更重要的一点就是美国的农业补贴政策。

美国的农业补贴政策始于20世纪30年代，涉及农产品生产、储存、销售等多个环节，涉及的产品多达20多种，是多角度的综合性补贴。美国农业补贴主要体现在其所颁布的一系列农业法案中，通过法律的效力来影响国际贸易、环境保护、食品安全以及农村发展。自《1933年农业调整法》到《2008年农业法案》，美国主要发布了16个与农业保护相关的法案。1996—2002年，美国根据《1933年农业调整法》、《1949年农业法案》以及1933年成立的商品信用公司对其农业提供了年均约160亿美元的补贴。2002年，美国又颁布了《农业保障和农村投资法》，规定了约165亿美元的农业补贴，对谷物、油籽和陆地棉的生产产生了很大的影响。由此可见，做美国的农民真的是一件幸福的事。

美国的这种做法不可避免地受到很多农业国家的指责，但美国政府总是以各种理由拒绝降低补贴。为了规范反补贴的行为，关贸总协定谈判乌拉圭回合达成了反补贴协议。《反补贴协议》将补贴分为三种基本类型：禁止性补贴、可诉补贴和不可诉补贴。针对前两种补贴，有关国家可以向世界贸易组织申诉，通过世界贸易组织的争端机制授权采取反补贴措施。世界各国为了保护其国内产业，纷纷根据规定，制定了各自的反补贴立法，在必要时可以征收反补贴税。

农业是国家经济的根本，中国的农业这些年尽管发展势头不错，但随着经济全球化的到来，不可避免地会受到发达国家的冲击。就目前的国际贸易形势来看，补贴与反补贴的斗争将会越来越频繁，越来越激烈，我国应大力加强反补贴的立法与实践，合理利用世贸组织的反补贴协议，努力为中国农业的发展创造良好的环境。



国内外公民享有同等待遇——国民待遇

国民待遇本来是经济法学上的概念，简单的举个例子来说，就是一个欧洲人能在中国获得和中国人一样的权利，这个权利的获得的先决条件就是中国人在欧洲时能获得和欧洲人一样的权利。当然，这个国民待遇是非

政治性的。国民待遇的核心价值是平等待遇。所以，后来这个词多演变为国民平等享受法律权限内的待遇。

国民待遇又称平等待遇，具体是指一个国家给予其国境内的外国公民、企业和商船在民事权利方面与其国内公民、企业、商船同等的待遇，即专指外国自然人、法人、商船等在民商事方面而非政治方面的待遇。它通过国内立法和国际条约加以规定，为各国所普遍确认和接受。

国民待遇是最惠国待遇的有益补充。在实现世贸组织所有成员平等待遇的基础上，世贸组织成员的商品或服务进入另一成员领土后，也应该享受与该国的商品或服务相同的待遇。这正是世贸组织非歧视贸易原则的另一体现——国民待遇原则，严格来讲应是外国商品或服务与进口国国内商品或服务享受平等待遇的原则。

值得注意的是，赋予外国人在民事实体权利方面完全等同，只是法律意义上的大致平等，其限制是极为严格的，也体现了对等互惠的原则。依条约、国内立法在对等互惠基础上给予的国民待遇，在许多国家间的贸易条约及国内立法中都有体现，例如，1811年的《奥地利民法典》第13条规定："外国人享有与国内人同样之权利，须经证明其本国亦准予奥国民享有同一之权利。"

世贸组织及原关贸总协定正是以国际条约、协定的方式规定其缔约方之间彼此给予国民待遇的。世贸组织国民待遇主要表现在《1994年关贸总协定》、《服务贸易总协定》、《知识产权协定》、《与贸易有关的投资措施协议》及其他协议的相关条款中。

国民待遇原则的适用范围并不局限于货物贸易。在服务贸易方面，《服务贸易总协定》第十七条规定：每一成员方应在其承担义务计划表所列的部门中，和依照表内所述的各种条件和资格，给予其他成员方的服务和服务提供者的待遇，就影响服务提供所有规定来说，不应低于给予其本国相同的服务和服务提供者。在保护知识产权方面，《与贸易有关的知识产权协议》规定，缔约一方对其他缔约方国民提供的待遇，不得低于对自己国民所提供的待遇，其对象包括知识产权领域的商标权、专利权和版权等。在与贸易有关的投资方面，《与贸易有关的投资措施协议》中列举了与国民待遇原则不相符的与贸易有关的投资措施，包括那些本地法律或行政规则项下义务性或强制性的措施，或为取得优惠所必需的规定，如当地成分、出口比例、外汇平衡等，并要求各缔约国分别在一定的期限内予以取消。



贸易顺差、逆差的喜与忧——出口与进口

美国贸易逆差已经连年创下历史新高。2007年2月13日，在美国商务部公布的2006年贸易统计数字当中，贸易逆差达到7636亿美元，比2005年多

出533亿美元。其中，尤为引人关注的就是美国对华贸易逆差，与2005年相比激增15.4%，达到2325亿美元，同样创下了纪录。美国媒体的报道称，美中的贸易逆差在美国全部逆差中占到了30%。鉴于此，美国频频要求中国加快人民币升值的脚步。

贸易顺差，是指在特定年度一国出口贸易总额大于进口贸易总额，又称“出超”。表示该国当年在对外贸易中处于有利地位。而贸易逆差是指一国在一定时期内（如一年、半年、一季、一月）进口贸易总值大于出口总值，俗称“入超”。贸易逆差表明一国的外汇储备减少，该国商品的国际竞争力弱，该国当年在对外贸易中处于不利地位。

各国之间的贸易往来一般都采用国际货币（如美元、欧元等）结算，因此国际间的贸易不可避免地会涉及外汇储备问题。外汇储备是指以外汇计价的资产，包括现钞、国外银行存款、国外有价证券等。外汇储备是一个国家国际清偿力的重要组成部分，同时对于平衡国际收支、稳定汇率有重要的影响。

改革开放以来，我国经济持续快速发展，其中对外贸易的拉动作用非常明显，每年都会有巨额的贸易顺差。我国贸易顺差的迅猛增长，为我国创收了更多的外汇。截至2006年2月底，中国内地的外汇储备总额为8537亿美元（不包括港澳的外汇储备），首次超过日本，位居全球第一。截至2008年4月末，中国的外汇储备增加到1.76万亿美元，比东北亚其他国家和地区外汇储备的总和还多，有学者认为，这个数字已经超过了世界主要七大工业国（包括美国、日本、英国、德国、法国、加拿大、意大利，简称G7）的总和。随后，中国的外汇储备持续上升，截至2008年9月末，达到创纪录的19056亿美元。受全球金融危机的影响，加之美元、欧元、人民币汇率的波动，2008年10月末，中国的外汇储备降至1.89万亿美元以下，为自2003年年底以来首次下降，截至2008年12月，中国外汇储备达19460.30亿。2009年6月，中国的外汇储备超过了2万亿美元，中国成为全世界第一个外汇储备超过2万亿美元的国家。

一般来说，出口大于进口的贸易顺差将提供就业机会，所以人们大多不反对出现这种情况。拥有的外汇越庞大，抵御各种风险的能力就越强。比如在1998年亚洲金融危机期间，正是雄厚的外汇储备让中国免受冲击。相反，巨额的贸易逆差表明一个国家的国际清算能力弱，对该国的国民经济也会产生不利的影响，因而各国政府都力图避免出现这种情况。然而，任何事情总有其两面性，贸易顺差也并不是越多越好。

过高的贸易顺差也是一件危险的事情，它往往意味着本国经济的增长主要依赖于外部需求。对外依存度过高，抵御风险能力低，一旦外部需求降低，本国经济将受到致命的打击。例如，受此次由美国次贷危机引发的金融海啸影响，中国南方沿海城市一些外贸企业纷纷倒闭，由此引发了一些社会问题。另外，中国因巨额的贸

易顺差带来的外汇储备的膨胀，给人民币带来了升值压力，也给国际上贸易保护主义势力以口实，认为巨额顺差反映的是人民币被低估。这增加了人民币升值压力和金融风险，为人民币汇率机制改革增加了成本和难度。



为什么各国经济的联系越来越紧密？——经济全球化

“经济全球化”恐怕是当下“曝光率”最高的字眼。随着沃尔玛遍地开花、NIKE鞋满地走、互联网进入千家万户，全球化似乎也就成为人们的日常用语了。但是全球化究竟什么？全球化将对我们的生活产生何种影响呢？

“经济全球化”这个词，据说最早是由特•莱维于1985年提出的。

“全球化”一词在经济领域中是指“经济全球化”，用来表示世界各国在生产、投资、贸易、经营、流通、消费等方面经济活动的相互交往、渗透、依赖和融合的历史过程。它揭示出当今时代一种全球范围日益发展的经济开放、融为一体的变革景象，表现为跨国性和全球性的商品、资本、信息、技术和人才的大流动。

全球化是现代经济发展的必然趋势。它是现代市场经济体系的全球化，现代市场机制作用的全球化，现代市场经济运行规则的全球化。其核心是全球统一市场的形成与完善。其实质是一个国家经济之间的依存性和国际性大大提高，民族性和地域性大大减少的过程。

经济全球化的产生、发展和壮大有着深刻的时代背景和演化根源。

(1) 当代科学技术日新月异地飞速发展，使全球经济体系日益整合为一个紧密相连的“地球村”结构，成为经济全球化最为重要的衍生根源。

(2) 世界范围的经济自由化和市场化，使传统的国际分工逐渐演变为世界分工，成为经济全球化日益加速的制度保障。

(3) 国际贸易与投资的迅速增长，使各国经济的相互依存性日益加深，成为经济全球化浪潮席卷世界的首要因素。

(4) 跨国公司是集生产、贸易、投资、金融、技术开发和转移以及其他服务于一体的经营实体，是推动经济全球化的主要驱动力量。

(5) 国际金融市场与体系的迅猛发展，使影响全球的金融中心形成一个全时空的世界金融体系，成为经济全球化迅速成长的强大动力。

(6) 国际经济的相互依存性日益加深，投资、贸易、金融以及技术、人才等全球化发展趋势不断增强，民族经济逐渐成为世界经济。

自20世纪80年代以来，“全球化”一词在西方传媒中频频出现，并逐渐成为被世界各国所广泛接受的共同理念。如今，全球化问题仍然是国际社会所普遍关心和深入探讨的热点问题之一。

经济全球化的载体是跨国公司。随着跨国公司联合和兼并浪潮的进一步高涨，跨国公司日益成为世界生产的主要组织者，他们通过对外直接投资在国外建立分支机构形成了超国家的生产和销售网，把世界各国的市场和经济活动空前地统一起来，推动了世界经济的发展和经济国际化。

目前，6.4万多家跨国公司通过它们的80多万家子公司已经渗透到各国和地区的几乎所有产业和部门，进行跨越国家和地区界限的生产要素和资源优化组合。这些跨国公司的产值已占世界总产值的1/3以上，跨国公司内部和相互贸易占世界贸易的2/3以上，跨国公司的直接投资占世界直接投资的90%，控制的技术专利占80%。国家之间的竞争已经主要体现在企业特别是大跨国公司之间的竞争。

经济全球化是个充满矛盾的进程，是一把“双刃剑"，它既为各国经济发展带来了新的机遇，同时又对各国的“国民经济”构成了严峻挑战。经济全球化是一种世界现象。其广泛影响早已超出了经济范围，日益扩散到政治、文化、教育、科技以及生活方式、思想观念、伦理道德等领域。不仅表现为贸易全球化、生产全球化、投资全球化、金融全球化、信息全球化，而且还引发出了所谓的文化全球化、政治全球化、环保全球化甚至犯罪全球化等。对于不同的国家、民族与产业发展，经济全球化有着不同的作用和影响。它要求各国间的经贸政策必须协调一致，寻求一条能够同时促进经济发展、社会进步和环境保护三位一体的可持续发展的道路。必须抓住机遇，积极参与，发展自己，防范风险，化弊为利，争取主动。



一个地区的发展导致另一个地区的衰落——回荡效应

著名发展经济学家、诺贝尔经济学奖得主缪尔达尔在《富裕国家与贫穷国家》一书中，曾经提出过一条非常富有创见的“循环累积因果原理"，当他将这一原理运用到国际贸易领域时，他发现：西方经济学一贯宣扬的自由贸易原理，实际上只有在双方工业化水平大致相当的条件下，才是彼此互利的可行原理，否则就会加剧两国利益的不平衡，使富国和穷国的发展分别出现上升的“扩展效应”和下降的“回荡效应"。

缪尔达尔是这样解释的：发达国家先进工业品的出口将使其工业进一步得到提升，劳动力从农业及其他低端的工业部门流向高端的工业部门，并且由于对技术人员的需求增加，教育随之提高，文化也进一步发展，反过来更促进了经济、社会的进步，产生“扩展效应”。但对于不发达国家来说，进口先进工业品的结果，将使本国相对应的工业生产部门因为无力与之竞争而衰落，对技术人员的需求减少，大部分国民的生活水平和教育水平都无法得到提高，文化也因此落后，反过来又阻碍了

经济、社会的发展，产生“回荡效应”。与“回荡效应”相对应的就是“扩展效应”。

现在大学生就业难的问题让大家伤透了脑筋，大部分人都将其归咎于大学扩招和课程设置不适应社会需要。但这两种解释都不能令人满意，因为中国大学生占总人口的比例远远低于国际平均水平，何况中国的经济还正处于高速发展的过程当中。如果用“回荡效应”来解释，可能比较合理一点：大学生就业难正是中国高端工业部门较为衰落的结果。

缪尔达尔对不发达国家摆脱“回荡效应”的建议是：“穷国必须独立策划自己的发展道路，不能简单地模仿富国”，以及“对外采取保护贸易政策，然后制定经济计划，以干预市场活动，促进社会累积过程的上升运动”。



为什么理论和现实差距这么大？——里昂惕夫之谜

20世纪30年代，瑞典经济学家俄林创立了著名的要素禀赋说，得到了西方经济学界的普遍接受。然而第二次世界大战以后，美国知名经济学家里昂惕夫利用统计资料，对美国贸易结构进行考察，却得出了完全相反的结论。理论和现实之间的矛盾，一时震惊了整个西方经济学界，被称为“里昂惕夫之谜”。

根据赫克歇尔-俄林的要素比例理论，在贸易中，各国出口的商品是本国拥有相对丰裕的生产要素，并在生产中密集使用这种要素生产的产品；而进口的是本国相对稀缺的生产要素，并在生产中密集使用这种要素生产的产品。这一理论与许多国家的贸易模式相吻合。

然而美国经济学家华西里·里昂惕夫对1947年美国出口行业和进口竞争行业的资本存量与工人数量的比值进行了计算，计算的结果让他大吃一惊：美国出口品的资本含量比进口品少30%。这就意味着，美国出口的竟是劳动密集型产品，进口的却是资本密集型产品。用里昂惕夫的话来说：“美国参加国际分工，是建立在劳动密集型生产专业化基础之上的。换言之，这个国家是利用对外贸易来节约资本和安置剩余劳动力，而不是相反。”而第二次世界大战结束后，美国是世界公认的资本最富裕的国家，其劳动力是相对稀缺的。这一结果引起了经济学家的广泛关注，人们称之为里昂惕夫之谜。

许多经济学家对里昂惕夫之谜提出了种种解释，里昂惕夫本人比较推崇人力资本的观点，即认为，当时美国的教育程度是世界上最高的，教育本身就是一种投资，将一些非熟练的劳动者转变为熟练的劳动者，需要投入大量的经费进行培训。美国的劳动者接受了较高水平的教育，这些科技专业劳动者本身就是一种资本的积累，他们更类似于资本，是一种人力资本。美国出口行业比与进口竞争的行业使用的熟

练劳动力更多，因此其出口产品是人力资本密集的产品，而不是单纯的劳动密集型产品。里昂惕夫认为，由于美国工人比外国工人的劳动生产率高，即美国工人一年劳动的产量是外国工人一年劳动产量的3倍，因此美国工人所使用的资本应乘以3。但有的经济学家很难接受这一观点，里昂惕夫之谜的解释仍然值得进一步探讨。

直到弗农1966年提出“产品周期理论”，才解开了“里昂惕夫之谜”。在弗农看来，科技创新在对外贸易中具有相当重要的作用，即创新产品初始垄断优势以及其后技术转移与扩散形成的垄断优势的丧失，决定着国际贸易的格局变化，从而推动一国产业结构的演进。关于这一点，我们可以从美国产业结构变化中看得更清楚。



国际金融理论的核心内容之一——汇率决定理论

2005年7月实行人民币汇率改革以来，人民币对美元保持持续升值的态势。2008年4月，人民币兑美元的汇率首度破7.0。随着人民币汇率突破7.0的关口，人民币汇率问题再一次强势吸引了人们的眼球。汇率决定理论也备受人们的关注。

汇率决定理论是国际金融理论的核心内容之一，主要分析汇率受什么因素影响以及是如何决定的。汇率决定理论随经济形势和西方经济学理论的发展而发展，为一国货币局制定汇率政策提供理论依据。

汇率决定理论主要包含以下几个方面。

1. 国际借贷说

美国经济学家葛逊在1861年提出了国际借贷说。他以金本位制度为背景，较为完善地阐述了汇率与国际收支的关系。他认为，汇率的变化是由外汇的供给与需求引起的，而外汇的供求主要源于国际借贷。国际借贷可分为流动借贷和固定借贷。流动借贷是指已经进入实际支付阶段的借贷；固定借贷是指尚未进入实际支付阶段的借贷。只有流动借贷才会影响外汇的供求。在一国进入实际支付阶段的流动借贷中，如果债权大于债务，外汇的供给就会大于外汇的需求，引起本币升值、外币贬值。相反，如果一定时期内进入实际支付阶段的债务大于债权，外汇的需求就会大于外汇的供给，最终导致本币贬值、外币升值。

2. 购买力平价说

购买力平价说是20世纪20年代初由瑞典经济学家卡塞尔率先提出的。其理论的基本思想是：人们需要外币是因为外币在其发行国国内具有购买力，相应地人们需要本币也是因为本币在本国国内具有购买力。因此两国货币汇率的决定基础应是两国货币所代表的购买力之比。其中，绝对购买力平价说认为，在某一时点，两国货币之间的兑换比率，等于两国货币的购买力之比，即两国一般物价水平之比。相对

购买力平价说认为，汇率在某段时期的变动，取决于该时期两国物价水平的变动，即汇率变动与两国物价水平的相对变化成比例。一般认为，购买力平价说揭示了汇率变动的长期原因，具有很强的解释力。

购买力平价理论是最有影响的汇率理论，由于它是从货币基本功能的角度分析货币的交换比率，合乎逻辑，表达简洁，因此，在计算均衡汇率和分析汇率水平时被广泛应用。我国的换汇成本说就是购买力平价说的实际应用。

3. 利率平价说

这种理论认为，当两国利率水平不同时，会使资本从低利率国家流向高利率国家；套利者既要考虑利率差异所造成的两国资产收益水平的差异，也要考虑汇率变动所引起的收益变动。为避免汇率风险，套利者会将套利与掉期业务结合进行。大量掉期外汇交易的结果，使低利率货币的现汇汇率下降，远期汇率上升，而使高利率货币的现汇汇率上升，远期汇率下降；远期差价和两国利差相等。

4. 国际收支说

这种理论认为，汇率主要取决于外汇市场上的外汇供求状况；外汇供求是由国际收支决定的；外汇供求均衡是国际收支平衡的另一种表现；所有影响国际收支状况的因素，都必然影响外汇供求状况，如国内外国民生产总值水平、国内外价格水平、利率水平以及人们对汇率变动的预期等。该理论对于短期外汇市场的分析很有意义。

5. 资产市场说

这种理论认为，一国金融市场供求失衡后，不仅可以通过国内商品市场的调整来恢复均衡，而且在国际资本完全流动的条件下，可以通过国外资本市场的调整来完成。汇率作为两国货币的相对价格，它的变动有助于消除资产市场的供求失衡。两国资产市场供求存量保持均衡时的汇率就是均衡汇率。

6. 汇兑心理说

1927年，法国巴黎大学教授艾伯特·阿夫塔里昂根据边际效用价值论的思想提出了汇兑心理说。他认为，汇率取决于外汇的供给与需求，但个人之所以需要外汇不是因为外汇本身具有购买力，而是由于个人对国外商品和劳务的某种欲望。这种欲望又是由个人的主观评价决定的，外汇就如同商品一样，对不同的人有不同的边际效用。因此，决定外汇供求进而决定汇率最重要的因素是人们对外汇的心理判断与预测。

各种汇率决定理论在理论上都存在着自身的优点与缺陷。诚然，汇率决定理论的发展离不开基础经济理论与分析技术的发展，然而制度或社会经济结构背景对经济理论发展的制约也绝不可忽视。汇率决定理论亦是如此。第二次世界大战以后，世界经济领域内最显著的结构变化莫过于国际资本流动。这一变化特征无疑成为汇率决定机制及其重要的经济结构背景。汇率决定理论正是伴随着国际资本流动的不

断发展而不断演变，并趋于完善的。

对于开放经济而言，汇率无疑是一个至关重要的经济变量。汇率的高低，直接影响着一个国家的对外竞争力，并由此关系到一国国内就业和产出的状况。汇率的变动不仅对一国国际收支（包括进出口收支、非贸易收支、国际资本流动，国内经济和国内转价水平）产生影响，而且还影响到世界经济和国际金融体系的运作。因此，对汇率决定理论的探讨无疑始终是国际金融领域内最基础、最核心的内容之一。

看得懂的中国经济
——宏观调控篇



经济学的变革——凯恩斯革命

“凯恩斯革命”一词用来形容英国经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯经济思想对西方经济理论与政策所产生的巨大影响。其标志是1936年出版的《就业、利息和货币通论》（以下简称《通论》）一书，它在西方经济学的发展史上具有划时代的意义。

凯恩斯是20世纪世界上最负盛名的经济学家之一。在凯恩斯《通论》出版之前，几乎所有的古典经济学家都信奉“供给能创造出自己的需求”的萨伊定律，否认存在普遍意义上的生产过剩的经济危机。

20世纪30年代资本主义世界爆发的经济大危机，对古典经济观念产生了巨大冲击，传统经济理论陷入困境。凯恩斯摒弃了被古典经济学视为金科玉律的“萨伊定律”，推翻了传统经济学关于宏观均衡的国民收入和就业量必然是充分就业的教义，提出了“有效需求原理”。由于凯恩斯经济学说在假设前提、理论结构和政策主张等方面，都与传统的古典经济学有着重大的区别，为现代宏观经济的建立奠定了基础，在促进西方战后经济复苏和发展方面发挥了极其重要的作用，因此，人们把凯恩斯经济学说的产生比喻为“凯恩斯革命”。

凯恩斯革命理论包括以下内容。

1. 有效需求理论。经济危机的根源在于“有效需求”不足，有效需求不足又是“消费倾向”、“资本边际效率”和“流动偏好”三个心理因素共同作用的结果。在自由放任的资本主义社会中，非自愿失业是个长期存在的现象，而且单纯依靠市场手段难以彻底将其消灭。只有在国家积极干预的条件下，通过刺激有效需求，才能实现充分就业。

2. 均衡分析方法。有效需求决定总产量与总就业量，用总需求与总供给的均衡关系来说明国民收入的决定及其他宏观经济问题，为现代宏观经济学提供了基本分析方法。

3. 货币理论体系。通过“流动偏好”分析，把传统的价值论问题从单纯的实际变量的决定，转向货币对利率、利率对经济的影响，从而把实物经济与货币经济结合起来，形成统一的经济理论体系。

4. 国家经济干预政策。反对传统经济理论的自由放任政策，论证了国家干预经济生活的必要性，提出了以财政政策为主、货币政策为辅的需求

管理政策，确立了充分就业宏观调控目标，制定了系统的宏观经济政策体系。

凯恩斯革命理论是以总需求为核心的宏观理论体系。在假定总供给（资本、技术、资源等）既定的前提下，重点分析总需求如何决定国民收入，以总需求不足来解释失业的存在。



看得见的手如何调节经济运行？——宏观调控

刚刚过去的2008年，经济形势复杂多变：国内自然灾害、国际金融危机、大宗商品与金融市场剧烈波动……接连不断的意外，考验着宏观调控者的智慧。党中央、国务院果断决策，一年内两次调整宏观经济政策，引领中国经济穿越急流险滩。

政府宏观经济调控，也称“有形之手”、“看得见的手”，其目的是为了补救“看不见的手”在调节微观经济运行中的失效。在现代市场经济的发展中，市场是“看不见的手”，而政府的引导被称为“看得见的手”。为了克服“市场失灵”和“政府失灵”，人们普遍寄希望于“两只手”的配合运用，以实现在市场经济条件下政府职能的转变。

随着资本主义萌芽而出现的重商主义，强烈主张国家对经济的干预。早期重商主义者力图在国内以贮藏货币的形式把货币积累起来，以达到积累货币财富的目的：晚期重商主义者为了鼓励输出，实现出超，主张国家实行保护关税的政策并采取扶植和鼓励生产出口商品的工场手工业的政策。德国的历史学派反对古典学派的自由放任思想，强调国家对经济发展的特殊作用，主张国家干预经济生活和实行保护贸易，用国家的力量保护和促进经济发展。

发展经济学家罗森斯坦·罗丹以计划管理或规划的必要性为中心，突出国家干预的作用。罗森斯坦·罗丹指出，新古典主义主张的自由放任的经济不可能保证总供给与总需求的平衡，这一点甚至连最坚定的自由经济的拥挤者也不得不承认。如果总供给与总需求处于失衡状态，价格就不再是经济选择的可靠参数，而整个价格机制就会瓦解。平衡总供给与总需求的任务只能依靠深思熟虑的政策去完成。对比之下，规划起着市场机制所不能起的作用。罗森斯坦·罗丹认为，规划不啻于理性的、深思熟虑的、前后一致的、协调的经济政策的另一种说法。规划利用的手段可能是间接的（如货币的、财政的和商业的政策），也可能是直接的（如公共投资）。通过规划，一国可以实现总供求的均衡、充分就业及保证最佳的经济增长。罗森斯坦·罗丹的观点可以概括为：即使是在竞争条件下的市场机制也是有缺陷的，为了实现国民收入的最大化和最优化，国家必须以规划为中心对经济进行干预。

为什么人们对房价迅速上涨反应如此强烈？因为这个问题直接关系到他们能不能改善住房条件，甚至能不能住得起房。如果这个市场能够让中低收入家庭按照自己的收入状况，较好地解决自己的住房问题，那么，普通老百姓就不会像现在这样，对房地产市场有那么多的意见。从这个意义上说，房地产市场宏观调控不仅是“调”市场行为，更重要的是“调”政府自身的行为。

综观世界各地的情况，很难找到一个国家是完全靠市场来解决所有人的住房问题的。这是因为，人们收入水平的不同，决定了市场机制在住房领域不是万能的。收入差距越大、贫困人口越多，有能力通过市场解决住房问题的家庭就越少，住房问题也就越突出。所以，在解决居民住房问题上，我们还需要政府这只“看得见的手”发挥作用。

我们对房地产市场的宏观调控充满期待。如果说，20多年的房改在房地产业展示了市场力量的巨大魅力，那么，在完善社会主义住房保障体系的道路上，则需要展现政府的责任和智慧了。

国家宏观调控的手段分为以下几种。

(1) 经济手段：是指政府在依据和运用价值规律的基础上借助经济杠杆的调节作用，对国民经济进行宏观调控。经济杠杆是对社会经济活动进行宏观调控的价值形式和价值工具，主要包括价格、税收、信贷、工资等。

(2) 法律手段：是指政府通过经济立法和司法，运用经济法规来调节经济关系和经济活动，以达到宏观调控目标的一种手段。通过法律手段可以有效地保护公有财产、个人财产，维护各种所有制经济、各个经济组织和社会成员的合法权益；调整各种经济组织之间横向和纵向的关系，维护经济运行的正常秩序。法律手段的内容包括经济司法和经济立法两个方面。经济立法主要是由立法机关制定各种经济法规，保护市场主体权益；经济司法主要是由司法机关按照法律规定的制度、程序，对经济案件进行检察和审理的活动，以维护市场秩序，惩罚和制裁经济犯罪。

(3) 行政手段：是指采取强制性的命令、指示、规定等行政方式来调节经济活动，以达到宏观调控目标的一种手段。行政手段具有权威性、纵向性、无偿性及速效性等特点。当然，行政手段是短期的非常规的手段，不可滥用，必须在尊重客观经济规律的基础上从实际出发来加以运用。



调控经济的“大手”——财政政策

尽管新加坡经济低迷最严重的时期已经过去，但人们对全球经济的信

心尚未恢复到正常水平。新加坡财政部长尚达曼称，虽然税收预计将因经济放缓而减少，但2010年的财政支出可能还会增加，政府的扩张性财政政策立场在2010年不会出现重大变化。

财政政策是政府进行宏观调控的主要政策之一。

财政政策是指国家根据一定时期政治、经济、社会发展的任务而规定的财政工作的指导原则，通过财政支出与税收政策来调节总需求。增加政府支出，可以刺激总需求，从而增加国民收入，反之则压抑总需求，减少国民收入。税收对国民收入是一种收缩性力量，因此，增加政府税收，可以抑制总需求从而减少国民收入，反之，则刺激总需求从而增加国民收入。

财政政策是国家整个经济政策的组成部分。

政府支出有两种形式：其一是政府购买，指的是政府在物品和劳务上的花费，如购买坦克、修建道路、支付法官的薪水等，其次是政府转移支付，以提高某些群体（如老年人或失业者）的收入。

税收是财政政策的另一种形式，它通过两种途径影响整体经济。首先，税收影响人们的收入。此外，税收还能影响物品和生产要素，因而也能影响激励机制和行为方式。

财政政策工具包括收入政策工具和支出政策工具。收入政策工具主要是税收。支出政策工具分为购买性支出政策和转移性支出政策，其中，购买性支出政策又有公共工程支出政策和消费性支出政策之别。

（1）税收政策是通过增税和减税两个方面来发挥对经济周期的调节作用的。具体来说，税收政策有以下几个特点。

①需要经过一定的法律程序，决策时滞较长。

②对于政府来说："减税容易增税难"，减税大家都很高兴，但要是增税，就会遭到纳税人的反对。

③税收直接影响人们的可支配收入，而且是无偿的永久性的影响。当政府以增加税收的办法来弥补财政赤字时，实质上是将资金从个人或企业手中转移到政府手中，当政府所扩大的支出效率不高或无效益时，对需求的抑制作用将是双重的。

④政府的减税政策存在不确定因素。因为减税是通过增加居民的可支配收入来实现的，而这又依赖于居民的边际消费倾向，因此对于政府来说是不确定因素。

（2）公共工程支出政策。政府更多地承担民间不愿意投资或在萧条年份不愿意投资的工程，扩大公共工程支出，这样可以扩大总需求，从而有助于经济的增长。公共工程支出政策具有如下特点。

①积累性强。公共工程支出政策往往形成若干公共投资项目，可供居

民长时期消费，具有积累性质。

②效率低下的可能性大。由于投资于公共工程的目的是刺激经济，解决就业问题，决策往往比较仓促，因此公共工程本身是否必要就成了问题。

③时滞长。

④公共工程政策是指中央政府动用地方性政策工具来调节经济，有可能打破原有的均衡，形成地区间新的不平衡。

（3）政府消耗性支付政策。政府直接购买劳务和消费品并用于当期，如增加政府雇员、提高雇员工资、扩大办公设备的购买等。这一政策具有如下特点。

①与公共工程支出政策相比，其时滞短。

②与转移支出政策相比，其公平性差。

③这一政策的效率取决于政府工作的效率。

④政府雇员工资变动对劳动力市场有重要的影响。

⑤消耗性支出，特别是政府雇员提高工资的资金来源应该是税收，避免用政府举债收入，这是由政府活动本身是向社会提供公共服务的特性所决定的。

（4）转移支付政策。通过政府为企业、个人或下级政府提供无偿资金援助，以调节社会分配和生产的政策。例如，对居民的补助，对企业的投资补助、限价补助、进出口补助等，都会直接促进企业生产发展或保证企业利润的提高。这一政策具有如下特点。

①对国民收入分配的影响功能较强。转移支出本身具有直接影响国民收入分配的功能，政府增加对低收入者的支出，可以缩小贫富的差距。

②转移支付政策对需求的扩张作用更大。低收入者的边际消费倾向要比高收入者的边际消费倾向大，增加对低收入者的财政补贴支出，对社会总需要的刺激作用更大。

③积累性差。转移支付资金转化为积累资金的可能性要比上述两项支出政策小，其用于消费的部分将更大。

④对需求的影响与受益者的层次关系重大。例如，从年龄结构来看，通常年轻人的边际消费倾向最大，中年人次之，老年人的边际消费倾向最低。

（5）公债政策。公债发行是财政部门的重要事项，但发行公债会对金融状况造成一定的影响，甚至是重大的冲击。



调控经济的杠杆——货币政策

据初步统计，我国2008年上半年有6.7万家中小企业倒闭。作为劳动密

集型产业代表的纺织行业，中小企业倒闭超过1万家，有2/3的纺织企业面临重整。

在我国经济高速发展的现在，为什么突然出现这么多的企业倒闭呢？如此众多的中小企业倒闭，其原因是很复杂的，有经济大环境因素。企业自身的结构因素。市场优胜劣汰等诸多原因，但有一条原因不可否认，那就是我国的货币政策。

金融体系完整的国家都有中央银行，从广义上说，中央银行就是政府的银行，在特殊时期采取必要措施，以保证货币政策的贯彻实施。英国的中央银行是英格兰银行，美国的中央银行是联邦储备体系，日本的中央银行是日本银行，而我国的中央银行是中国人民银行。

中央银行在宗旨、职能、业务等方面和一般的商业银行有着很大的差别。可以说，中央银行是银行的银行，中央银行与商业银行之间具有管理和被管理的特殊关系。作为政府的银行，中央银行在国家经济中占有举足轻重的地位，对于促进经济的发展起着至关重要的作用。中央银行实施货币政策，有三样制胜“法宝”：存款准备金率、再贴现率和公开市场业务。

1. 存款准备金率

作为追求最大利益的银行家，应当明白存款是有需即付的，只要有顾客来提取他自己的存款，银行必须在第一时间支付，这就需要银行有足够的储备，以便能够满足这种需求。银行需要具备的这些储备就叫做存款准备金。那么存款准备金的数额是多大呢？

如果所有的存款在同一时间必须全部付清，那么准备金的数额就要等于存款的总量，但是在现实这种情况几乎从来没有发生过，而且，在同一天之内，总有一些人存款，一些人取款，这两类交易的数额常常互相抵消。对于银行家来说，以准备金形式持有的资金是无利可图的，它们躺在银行的保险柜里连利息都赚不到，于是早期的银行家们就想到把顾客的存款借贷出去。把大部分货币存款借贷出去赚取利息，而留下小部分货币存款作为现金准备金应付顾客的支取。这样银行家的利润在开始单纯的收取手续费的基础上，又增加了借贷的利息，实现了利润的最大化。

那么商业银行留取准备金的数额应该占存款总额的多大比重呢？这就需要由中央银行来制定。

各国的金融法规都有明确的规定，商业银行必须把自己吸纳的存款的一部分存到中央银行，而这部分资金与存款总额的比率，就是存款准备金率。中央银行如果提高存款准备金率，那么流通中的货币就会成倍缩减，因为商业银行交到中央银行的准备金多了，可供自身支配的资金便少了，所以银行给企业的贷款就会减少，相应的，企业在银行的存款会更少，于是在整个社会上就会出现“存款—贷款”的级级递减，导致社会货币总量的大幅降低。就像我们在调试音响的过程中，如果降低

功放机的功率，输出的音量就会减小，中央银行提高存款准备金率就是这个道理。反之，如果中央银行把存款准备金率调低，那么流通中的货币量就会成倍增加。

2. 再贴现率

企业向商业银行借贷货币时，常常把没有到期的商业票据转让给银行，以取得贷款，这种行为在经济学上称为贴现。

而中央银行作为“银行的银行”，扮演的是最后贷款人的角色。商业银行在囊中羞涩、资金周转困难时，就需要向中央银行借贷。这种借贷和企业向商业银行借贷的性质一样，也需要有所付出。于是商业银行就如法炮制，把从企业那里得来的没有到期的商业票据再转让给中央银行，这种行为在经济学上称为再贴现。而中央银行接受商业银行的票据也是有条件的，即要在票据原价的基础上打折，这个折扣率就是再贴现率。很明显，中央银行如果对再贴现率做出改动，就相当于增加或减少了商业银行的贷款成本，即抑制或鼓励商业银行的信用扩张积极性，同时，货币供应量也会相应地收缩或膨胀。

贴现率是一个在现代经济学中占有重要地位的基本概念，它解决了未来的经济活动在今天如何评价的问题。所谓贴现率，是指未来的款项折合为现值的利率。

前面已经介绍过，商业银行需要增加贷款或者现金吃紧时，就需要一部分货币，这时它们就把自己银行拥有的一部分商业票据交给中央银行，中央银行按照一定的比率扣除一部分钱后兑换为现金。这样商业银行就可以把票据换为现金或者充当存款准备金，以扩大自己的放款数量。而这个折扣率就称为再贴现率。

再贴现率是商业银行将自己拥有的未到期票据向中央银行申请再贴现时的预扣利率。再贴现意味着商业银行向中央银行借款，增加了货币投放，也就是直接增加货币供应量。再贴现率的高低直接决定着再贴现额的高低，并且间接影响商业银行的再贴现需求，进而影响再贴现的整体规模。一方面，再贴现率的高低直接决定再贴现成本的高低，如果再贴现率提高，那么再贴现成本就随之增加，反过来也是同样的道理，因此会影响到再贴现需求；另一方面，再贴现率的变动，是中央银行政策意向的反应。中央银行通过调整贴现率来实现某种货币政策，当经济过热时，中央银行为了控制货币数量和商业银行的放款额度，就会提高再贴现率，以减少商业银行的借贷款数量；而当经济萧条时，中央银行就会降低再贴现率，把商业银行手中的债券吸收过来实行贴现以增加商业银行的准备金，鼓励商业银行发放贷款，刺激社会的消费和投资，实现社会经济的正常运转。

3. 公开市场业务

在平时对货币政策进行宏观调控时，中央银行使用得最多的是公开市场业务。

公开市场业务是指中央银行在公开的金融市场上购买或售卖政府有价证券，增加或减少商业银行的准备金，从而影响整个经济活动，实现既定目标的行为活动。中央银行买进有价证券时，会向出卖者支付货币，从而增加流通中的货币量；而中

央银行在卖出有价证券时，就会使流通中的货币量减少。

公开市场业务最大的优点是对经济的震动小，因而中央银行可以经常运用它对经济进行微调，而且操作灵活方便。自20世纪50年代起，美联储90%的货币吞吐就是通过公开市场业务来实现的，其他很多国家也都采用公开市场业务来调节货币供应量。

公开市场业务的操作可以分为两类：能动性的公开市场操作和保卫性的公开市场操作。能动性的公开市场业务以改变准备金水平和基础货币为目的；保卫性的公开市场业务则以抵消影响货币基数的其他因素的变动为目的。例如，美联储公开市场操作的对象是美国财政部和政府机构证券，特别是美国国库券。

公开市场操作相对于其他货币政策工具而言，具有主动性强、灵活性强等明显的优越性。于是各国政府的货币操作手段逐渐出现趋同趋势，都逐渐向依赖中央银行的公开市场业务靠近。但是公开市场业务要想有效地发挥作用，还必须满足一些重要的前提，只有这样公开市场业务才能最大限度地发挥作用。

从上述分析中我们可以看出，国家的货币政策就像一只“大手”，不断地校正着国家经济的方向，会对经济产生重大的影响。那么，我们就很有必要对货币政策做深入的了解。

通常来说，货币政策是指中央银行为实现既定的经济目标（如稳定物价、促进经济增长、实现充分就业和平衡国际收支）而运用各种工具调节货币供给和利率，进而影响宏观经济的方针和措施的总和。

货币政策分为紧缩性的和扩张性两种。

紧缩性的货币政策通过削减货币供应的增长率来降低总需求水平。在这种政策下，取得信贷较为困难，利息率也随之提高。因此，在通货膨胀较严重时，采用紧缩性的货币政策较为合适。

扩张性的货币政策是通过提高货币供应的增长速度来刺激总需求。在这种政策下，取得信贷更为容易，利息率会降低。因此，当总需求与经济的生产能力相比很低时，采用扩张性的货币政策最为合适。



为什么1+1>2？——乘数效应

2005年8月，一则重大消息在中国互联网产业上空“爆炸”——互联网巨擘雅虎计划以近10亿美元的价格获得中国最大的电子商务公司阿里巴巴35%的股权，阿里巴巴将正式吞并雅虎中国公司。此次阿里巴巴将其搜索引擎与中国雅虎的搜索业务强强整合在一起，能够收到“双赢”的效果：一方面，中国雅虎拥有的庞大客户有可能成为阿里巴巴的电子商务客户，

辅助阿里巴巴业务链的产品挖掘出更多的延伸价值。另一方面，阿里巴巴的电子商务客户基础能够巩固雅虎中国的搜索业务，发挥更大的价值。两者相互促进，相互带动，提升的是电子商务和搜索业务的商业价值，放大的是阿里巴巴和雅虎中国的竞争优势——这就是合并所带来的潜在“乘数效应”。

乘数效应是指一个变量的变化以乘数加速度方式引起最终量的增加。乘数效应的应用涉及生活的方方面面。

在经济学中，乘数效应通常被称为支出/收入乘数效应，是宏观经济学中的一个概念，是指支出的变化导致经济总需求与其不成比例的变化。这一概念通常与凯恩斯经济学相联系，其他一些经济学学派低估或否认这一效应对于宏观经济，尤其是从长期看来的重要性。

在经济学中所说的乘数主要有以下几个。

投资乘数是指投资支出的变动引起收入的成倍变化。普遍理解为：在有效需求不足，社会有一定数量的存货可以被利用的情况下，投入一笔投资可以带来数倍于这笔投资的国民收入的增加。

目前中央政府实行积极的财政政策和适度宽松的货币政策，同时加大投资力度，计划在2010年年底前投资4万亿无人民币扩大内需，以此促进经济增长。投资规模的扩大有利于拉动经济增长，但是投资对经济规模的影响程度不仅取决于投资规模，还取决于投资乘数。一笔原始投资对经济增长的拉动是倍乘的，可以促进国内生产总值多倍的增加，因此为了提高投资拉动经济增长的效果，还应促进投资乘数的增加。

政府购买支出乘数是指国民收入变化量与引起这种变化量的最初政府购买支出变化量的倍数关系，或者说是国民收入变化量与促成这种变化量的最初政府购买支出变化量的比例。通俗的说法是，政府采购支出每增加一美元所引起的GDP的增量。

税收乘数用来反映税收变动与其所引起的国民收入变动的倍数的关系。由于税收是对纳税人收入的一种扣除，因此税收高低会影响到投资，进而影响到国民收入。税收变动与国民收入呈反方向变化，即税收减少，国民收入增加，税收增加，国民收入减少。因此，税收乘数是负值。税收乘数又指收入变动与税收变动的比率。

政府转移支付乘数是指收入的变动与政府转移支付变动的比率。政府转移支付增加，人们可支配收入也增加，因而，消费会增加，总支出和国民收入也会增加，因而政府转移支付乘数为正值。

平衡预算乘数是指政府购买和税收以相同数量增减时，国民收入变动量与政府购买或税收变动量的比率。平衡预算乘数的值为1。



你有多少货币？——货币供应量“三兄弟”M_0、M_1、M_2

在日常生活中，如果有人问：“你有多少货币?”你可能会掏出自己的钱包说自己有多少钞票。钞票是货币，那么银行存款是不是货币呢？实际上，我们手里的钞票、银行里的存款，甚至短期国库券都可以说成是“货币”。为什么呢？因为货币最主要的功能就是购买商品时进行支付结算。钞票随时可以购买商品；当款项数额比较大时，银行存款可以开出支票结算；甚至在有些情况下可以有短期国库券直接支付。所以说，不仅钞票是货币，而且银行存款和短期国库券也是货币，它们都会对社会购买力产生影响。

钞票和银行存款虽然都是货币，但它们的流动性有很大的不同。现钞直接就是现实的购买力，而银行存款则必须满足一定的条件才能变成购买力。为了测算、掌握流通中货币供应量的情况，更有效地调控货币供应量，国际货币基金组织根据货币涵盖范围的大小和流动性的差别，把货币供应量家族划分成“三兄弟”：

老幺M_0，又叫“现钞”，是指流通于银行体系以外的现钞，也就是居民和企业手中的现钞。M_0虽然是货币家族的老幺，但最机灵、流动性最强，具有最强的购买力。

老二M_1，又叫“狭义货币”，由流通于银行体系以外的现钞（M_0）和银行活期存款构成。其中活期存款由于随时可以变现（提取），所以流动性和购买力不亚于现钞。M_1是货币家族的老二，代表了一国经济中的现实购买力，因此，对社会经济生活有着最广泛和最直接的影响。许多国家都把M_1作为调控货币供应量的主要对象。

老大M_2，又叫“广义货币”，由流通于银行体系之外的现钞加上活期存款（M_1），再加上定期存款、储蓄存款等构成。M_2是货币家族的老大，包括了一切可能成为现实购买力的货币形式。定期存款、储蓄存款等不能直接变现，所以不能立即转变成现实的购买力，但经过一定的时间和手续后，也能够转变为购买力，因此它们又叫做“准货币”。由于M_2对研究货币流通的整体状况有着重要意义，因此近年来，很多国家开始把货币供应量的调控目标转向M_2。

目前中国人民银行公布的货币划分口径是：

M_0：流通中现金；

M_1：M_0+企业活期存款；

M_2：M_1+准货币（定期存款+居民储蓄存款+其他存款）。

我们一般所说的货币，通常主要是指M_1，即流通中的现金+企业活期存款。

需要注意以下两点。

(1) 流动性：货币的流动性指各种货币转换为现金所需要的时间和成本。转换成现金的时间越短，成本越低，流动性也就越强。

（2）国际货币基金组织：国际货币基金组织（the International Monetary Fund，IMF）是政府间的国际金融组织，它是根据1944年7月在美国新罕布什尔州布雷顿森林市召开的联合国和联盟国家的国际货币金融会议上通过的《国际货币基金协定》而建立起来的。1945年正式成立，至今IMF已有184个成员国。



你的个人收入有多少？——个人所得税

在日常生活中，不知道你是否有过这样的经历，有时候拿到了一笔外快，在扣税后，感觉少了一大笔钱。因此，如何对个人所得税进行税收筹划，怎样合理避税、节税就成了不少人关心的话题之一。

个人所得税，其实是指调整征税机关与自然人（居民、非居民人）之间在个人所得税的征纳与管理过程中所发生的社会关系的法律规范的总称。个人所得税法，就是有关个人的所得税的法律规定。

个人所得税分为境内所得和境外所得。主要包括以下11项内容。

（1）工资、薪金所得。它是指个人因任职或受雇而取得的工资、薪金、奖金、年终加薪、劳动分红、津贴、补贴以及与任职或受雇有关的其他所得。

（2）个体工商户的生产、经营所得。

（3）企事业单位的承包经营、承租经营所得。它是指个人承包经营、承租经营以及转包、转租的所得，包括个人按月或者按次取得的工资、薪金性质的所得。

（4）劳务报酬所得。个人从事设计、装潢、安装、制图、化验、测试、医疗、法律、会计、咨询、讲学、新闻、广播、翻译、审稿、书画、雕刻、影视、录音、录像、演出、表演、广告、展览、技术服务、介绍服务、经济服务、代办服务以及其他劳务的所得。

（5）稿酬所得。个人因其作品以图书、报纸形式出版、发表而取得的所得。这里所说的“作品”，是指包括文字、图片、乐谱等能以图书、报刊方式出版、发表的作品；“个人作品”，包括本人的著作、翻译的作品等。作者去世后取得其遗作稿酬的，应按稿酬所得项目计税。

（6）特许权使用费所得。个人提供专利权、著作权、商标权、非专利技术以及其他特许权的使用权的所得。提供著作权的使用权的所得，不包括稿酬所得。作者将自己文字作品手稿原件或复印件公开拍卖（竞价）的所得，应按特许权使用费所得项目计税。

（7）利息、股息、红利所得。

(8) 财产租赁所得。个人出租建筑物、土地使用权、机器设备、车船以及其他财产的所得。财产包括动产和不动产。

(9) 财产转让所得。个人转让有价证券、股权、建筑物、土地使用权、机器设备、车船以及其他自有财产给他人或单位的所得，包括转让不动产和动产所得。对个人股票买卖的所得暂不征税。

(10) 偶然所得。个人取得的所得是非经常性的，属于各种机遇性所得，包括得奖、中奖、中彩以及其他偶然性质的所得（含奖金、实物和有价证券）。

(11) 其他所得。

在这里，也许有人会问：为什么要缴纳个人所得税？这就需要我们了解税收的意义之所在，税收的一个重要功能就是调节收入差距，缩小人民的贫富差距，维持社会的平衡发展。其原则就是收入越高所缴纳的个人所得税就越高，从而用于补贴低收入阶层的教育、医疗、市内交通等开支。

一般来说，我们所说的个人收入，是在缴纳个人所得税之后的收入。所以，正确地认识税收的意义，充分掌握缴纳个人所得税的技巧，也是提高个人收入的一种方式。一个人收入的多少不仅反映了个人购买能力的大小，还与国家的GDP有关。个人收入指数上升说明国家经济景气，而个人收入下降则表明国家经济缓慢衰退。

当然，缴纳个人所得税是每个公民应尽的义务和责任，可是，在同等条件下，如果不是偷税漏税，而是以合理的方式来降低所应缴纳的个人所得税，从而增加个人的收入，从某种角度而言，这不也相当于是在为自己加薪吗？



为什么收入高的人多交税？——累进税

小林的父母在同一家单位上班，他的妈妈是普通员工，每月实发工资3500元；爸爸是一名经理，每月实发工资5000元。小林父母的收入不同，所交的个人所得税也不同，爸爸每个月要比妈妈多交不少钱，这是为什么呢？

所谓个人所得税，是指国家对本国公民、居住在本国境内的个人的所得和境外个人来源于本国的所得征收的一种所得税。在有些国家，个人所得税是主体税种，在财政收入中占较大比重，对经济亦有较大影响。

为什么收入高的人交税多？原来，税收的一个重要功能就是调节收入差距。其原则是从富人那里多征一点，用于补贴低收入阶层的教育、医疗、市内交通等开支。一般所采取的办法是累进税，按照课税对象数额的大小，规定不同等级的税率。课税对象数额越大，税率越高；课税对象数额越小，税率越低。通俗地讲，就是收入越

高，交的税就越多。

累进税率的形式有全额累进税率和超额累进税率。

(1) 全额累进税率简称全累税率，即征税对象的全部数量都按其相应等级的累进税率计算征税额。

采用全额累进税率进行征税，方法简单，易于计算。但在两个级距的临界部位会出现税负增加不合理的情况。例如，某甲月收入2000元，适用税率5%；某乙月收入2001元；适用税率10%。甲应纳税额为100元，乙应纳税额为200.1元。虽然，乙取得的收入只比甲多1元，而要比甲多纳税100.1元，税负极不合理。这个问题，要用超额累进税率来解决。

(2) 超额累进税率。超额累进税率简称超累税率，是把征税对象的数额划分为若干等级；对每个等级部分的数额规定相应税率，分别计算税额，各级税额之和为应纳税额。超累税率的“超”字，是指征税对象数额超过某一等级时，仅就超过部分，按高一级税率计算征税。

例如，我国个人所得税的起征点原来是1600元，从2008年3月份起调整为2000元，使用超额累进税率的计算方法如下：

缴税=全月应纳税所得额×税率-速算扣除数

全月应纳税所得额=（应发工资-四金）-2000

实发工资=应发工资-四金-缴税

以上面所列举的小林的父母为例，小林妈妈应缴个人所得税=（3500-2000）×10%-25=125元；小林爸爸应缴个人所得税=（5000-2000）×15%-125=325元。在这里，爸爸比小林妈妈收入高1500元，就要多交200元的个人所得税。

累进税率的特点是税基越大，税率越高，税负呈累进趋势。在财政方面，它使税收收入的增长快于经济的增长，具有更大的弹性；在经济方面，它有利于自动地调节社会总需求的规模，保持经济的相对稳定，被人们称为“自动稳定器”；在贯彻社会政策方面，它使负担能力大者多负税，负担能力小者少负税，符合公平原则。累进税的这些优点，决定了其为多国所采用。



税赋应该由谁承担？——税赋归宿

在经济学上“税赋归宿”的概念，是指一项税收最终的经济负担者。在这里要指明，它是相对于法定纳税人而制定的，之所以这样规定，是因为最终的税收负担者和法定纳税人有时候并不一致。

我们生活中的很多商品都已经是税后的价格，有人算了这样一笔账：在我国，假如一袋一公斤的盐为2元。其中就包含大约0.29元的增值税。而

每瓶3元的啤酒包含大约0.44元的增值税、0.12元的消费税。如果你花100元买一件衣服，其中包括14.53元的增值税。如果你花100元买一瓶化妆品，其中除了14.53元的增值税外，还包含25.64元的消费税。如果你吸烟，每包8元，其中大约4.07元是消费税、增值税。总之，只要你消费，就需要纳税。

在经济学家看来，税收会影响市场上价格对资源的调节功能，因为在税收的影响下，企业对生产成本的估计必然会发生扭曲。比方说，政府规定，每生产一个面包就要向政府交纳一块钱的税，那么最高兴的肯定是生产蛋糕和饼干的企业，因为这实质上是提高了面包的成本，从而使得面包在市场上处于相对劣势，很明显这样的税收会扭曲价格的信号功能，打乱市场上已有的均衡状态，从而带来一连串的次级效应。

然而除此之外，经济学家更担心另一种危险，善良的人们出于好心提出的建议却让穷人们更加贫困。

我们总有这样的想法，为了使社会更加公平，应该向那些有钱的人收税，然后补贴那些穷人。因此有人提出，应该对高尔夫球具、高档手表、游艇征收奢侈品税，他们认为这些商品是只有少数富人群体才能消费的高档奢侈品，对其征税实际上就是对富人征税，体现了境况好的人应该多纳税的原则，能够起到公平的效果。然而这样的“传统智慧”又一次被经济学家否定，而且经济学家告诉我们，所谓的奢侈品税，往往会让穷人更穷，而富人则毫发未损。真的是这样吗?

这涉及了经济学中一个非常有趣的话题——税收归宿。它所要研究的是究竟谁最终承担税收，显然对商品征税会提高商品的价格，而消费者可能会承担一部分税费，同时生产者也有可能需要承担一部分，那么税收变动便影响了市场的均衡，在这种情况下市场参与者之间又该如何分配呢?

经济学家们分析说，像游艇这类奢侈品，属于非生活必需品，而且替代产品很多，因此属于需求富有弹性而供给缺乏弹性的商品，当这类商品由于税收而提高价格时，富人们会选择其他消费方式，而生产奢侈品的企业却不得不承担需求减少带来的损失，甚至不得不降价，甚至停止生产，最终税收负担都会落在企业的员工身上。

事实也证明了经济学家的预测是正确的。1991年初，美国的有钱人为了逃避税收转而前往邻国巴哈马购买游艇，导致美国度假胜地南佛罗里达的游艇销售量迅速下降了90%。令人吃惊的是，包括“奔驰”、“凌志”在内的高级轿车的销售量也急剧下降。最初美国国会曾预计“奢侈品税”将每年为国库带来3亿美元的收入，结果第一年仅仅收到了3000万美元，只有预期的1/10，最终，美国政府不得不在1993年取消了这项“亏本”的税种。

经济学家进一步分析说，在市场供给的双方中，弹性越小的一方，承担的税负比例也越大。奢侈品的供给弹性不大，但需求弹性较大，因此供给方也就是生产厂商承担了税负。如果对大米、食油这些日常生活品征税则恰恰相反，新增的价格将

会转嫁到消费者身上。

相反，如果政府提出对房东收税，大多数人会认为，至少有一部分税收会转嫁到房屋租赁者的头上，但经济学家说房东将是直接的受害者。首先房屋租赁是一个需求富有弹性而供给缺乏弹性的市场，因此房租的税收就大部分由房东承担了，而租户也不必担心房东会提高价格，事实上，如果房东能够提高价格并且全部把房子租出去，那么他们早就这样做了。

经济学家的解释是，税收增加引起租房成本提高，而租赁者会降低他们的需求，在需求减少的市场上，房东们不得不接受最高的出价，而当价格维持不变时，房东不得不按原价出租他们的房子。除非所有房东统一退出市场而降低供给。



为什么蛋糕忽然变小了？——漏桶理论

阿瑟·奥肯曾经形象地说："当我们拿起刀来，试图将国民收入这块蛋糕在穷人和富人之间做平均分配时，整个蛋糕却忽然变小了。"

经济学家们强调效率，却忽视了公平；现实中公平和效率往往是矛盾的，一味讲求公平，却又影响了效率。美国经济学家阿瑟·奥肯对此提出了著名的"漏桶原理"。该理论告诉我们公平和效率的交替关系：为了效率就要牺牲某些公平，而为了公平就要牺牲某些效率。

假定有这样一个国家，只有富人和穷人，分别集中居住在东部和西部。国家每天分给东部和西部同样多的粥。东部富人这边人很少，粥相对就多，每天的粥喝不完；西部穷人那边人很多，很多人吃不饱，因此穷人们都认为这样很不公平。

于是，政府决定，从富人的锅里打一桶粥，送给穷人吃，以减轻不平等的程度。政府的愿望很美好，只不过为了把粥送到穷人那里，政府需要重新买盛粥用的桶，要雇用挑桶的人，这样就增加很多开支。更为不幸的是，政府用的那个桶破了一个洞，成为了一个漏桶，一路上漏掉了不少，等粥送到穷人那里时已经所剩无几了。为实现公平而增加了开支，甚至丧失了公平，这就是效率的损失。

漏桶原理体现在很多实际情况中，比如对富裕家庭增加一定的税收来帮助贫困家庭，那么，贫困家庭的资助总量总是小于富裕家庭所缴纳的税收总量，因为在转移的过程中有很多中间环节，要有一定的支出；同时，这样的做法又会对人们的工作积极性、储蓄和投资等产生影响。于是，该政策就变成了一个漏桶，漏出的就是效率的损失。

402爱心社，河北省的一个由民间网络慈善组织蜕变而来的正规民间慈

善组织，2007年的时候曾经面临网友的质疑——在调查中，70%的投票者选择了其是“打着爱心的幌子聚敛钱财的非法组织”的选项。质疑的焦点是“402爱心社每次都会从募捐来的爱心款中提取7%作为他们的提成。”

这与“漏桶原理”不谋而合。在实现美好理想的过程中，不可避免地要付出一定的代价。同理，在开展慈善事业的过程中，也不能绝对避免出现漏水的桶——一些人鱼目混珠。正如我们要修水桶一样，自然就要加强对民间慈善组织的监管；但正如水桶会老化或受碰撞，必然要漏水一样，对民间慈善组织的监管也很难尽善尽美；正如水总是要运的，民间慈善事业也总是要开展的。

这就如同用刀子划分蛋糕，平等代表了如何分，而效率则代表蛋糕的大小，人们必须在平等和效率之间做出选择，因为，效率关注的是能不能尽量把蛋糕做大，而公平则更加关注能不能平均地分蛋糕。



为什么涨也滞后，跌也滞后？——工资粘性

工资粘性或工资黏性是指工资率不能随劳动供求的变动而及时迅速地变动。失业率上升时，劳动力市场供给是超过需求的。因此相对于失业率较少的时期，工人的工资似乎应该有所下降。2009年9月15日纽约时报的一则小新闻却记录了截然不同的现实答案，美国在2008年经历了自大萧条后最为严重的失业危机，可是工资却一反常态地继续小有上升。

“粘性工资”不会随着价格的起伏而立刻变化，总有一段滞后，需要经过一段时间后才能调整。关于“粘性工资”的原因，有工资合同说、公会协议说、效率工资说等等解释，都言之有理。至少进入2008年下半年，美国价格水平开始大幅下降，美国劳动者的平均周薪依然原地不动，紧接着微微上升、“粘性工资”在很大程度上成为了雇主为下一次复苏所预付的成本，为了不伤害高效率员工的积极性，保持他们良好的工作状态，有必要把工资维持在实际出清工资之上。

新凯恩斯学派认为，工资是由雇佣合同规定的，在协商合同时，劳动者根据他预期的价格水平来决定他要求的工资的高低，如果劳资双方同意某一水平的工资，合同便会被签订下来。在合同期限内，劳动者必须按照根据他预期的价格水平计算出来的工资提供劳动，即使在此期间实际的价格水平有所变动，劳资双方也必须遵守合同中规定的工资水平。基于这样的事实，新凯恩斯学派提出了两个工资具有粘性的主要原因，即合同的长期性与合同的交错签订。

合同总是具有期限的，而这种期限通常都不是短暂的，因为过于短暂的合同会增加劳资双方的谈判成本和调整成本。经调查研究发现，在美国占有决定性的重要行业中，劳动合同的期限往往为三年，即货币工资在三年内不能改变，这样，由于

合同具有期限，而且期限往往较长，因此工资的调整总是缓慢的，这便使工资具有了粘性。

一个社会经济中所有的劳动合同不可能是在同一时间签订的，也不可能同时达到终止期，因此，各种长期合同都是交错签订的，从而工资的调整也是交错进行的。这种合同的交错签订使得工资的调整不可能非常及时，这也是工资具有粘性的另一个重要原因。



为什么发行国债反而有害？——挤出效应

> 国债的信用风险很小，在市场上很受欢迎，很多投资者喜欢这种投资工具，因此大量购买，从而导致企业用于非生产的资金减少，造成企业与政府争资金的情况。如果政府将用国债所筹集的资金用于弥补财政赤字，那么这种国债的“挤出效应”就非常明显，是有害于生产的。基于这个原因，很多古典经济学家提出了国债有害论。

通俗地说，挤出效应就是政府支出对减少私人支出，尤其是减少私人投资支出的影响。

当政府通过在公开市场上出售政府债券来为其支出筹资时，由于货币供给量没有增加，政府债券出售使债券价格下降，利率上升。利率上升减少了私人投资，引起了挤出效应，而挤出效应的大小取决于投资的利率弹性，投资的利率弹性大则挤出效应大。

当政府通过增加税收来为其支出筹资时，增税减少了私人收入，使私人消费与投资减少，引起了挤出效应。而挤出效应的大小取决于边际消费倾向，边际消费倾向越大，税收引起的私人消费就减少越多。

> 2009年上半年，零售公司销售收入增长乏力，平均增速远低于宏观消费增速。上半年社会消费品零售总额增长15%。而51家零售公司（不包含ST公司）营业收入加权平均增长仅4.13%，其中收入下滑的有15家，8家收入增长在0~5%之间，10家为5%~10%，7家为10%~15%。增长差异和公司所处业态以及所处的区域的竞争状况、区域经济有很大的关系。连锁业态、内地城市、集中度较高的城市的零售公司增长较快。

引起上述现象最主要的一个原因就是“挤出效应”。消费疲软时候挤出效应尤为明显。2009年上半年汽车销售额增长41%，与2002年类似，政府政策推动和降价是主要原因。经济处在最初的复苏阶段时，政府推出包括汽车等在内的促进消费的政策，导致了大件消费对其他消费的挤出效应。另外，房地产市场火爆对日常消费的挤出效应也非常明显，对家电消费的推动作用则有所滞后。



应该通过什么方式拉动经济增长？——霍夫曼定理

霍夫曼定理又被称做“霍夫曼经验定理”是指资本资料工业在制造业中所占比重不断上升并超过消费资料工业所占比重。

20世纪30年代初，德国经济学家W.C.霍夫曼根据工业化早期和中期的经验数据推算出了该定理。他把工业化某些阶段产业结构的变化趋势外推到工业化后期。通过设定霍夫曼比例或霍夫曼系数（霍夫曼系数=消费品工业的净产值/资本品工业的净产值），对各国工业化过程中消费品和资本品工业（重工业）的相对地位变化做了统计分析。得到的结论是，各国工业化无论开始于何时，一般都具有相同的趋势，即随着一国工业化的进展，消费品部门与资本品部门的净产值之比是逐渐趋于下降，霍夫曼比例呈现出不断下降的趋势，这就是著名的“霍夫曼定理”。

霍夫曼把工业化过程分为四阶段。

(1) 消费品工业在整个制造业中居于占压倒优势的地位，其净产值平均为资本品工业净产值的5倍。

(2) 消费品工业最初所具有的主导地位被削弱，资本品工业逐渐发展起来，但前者的产值仍是后者净产值的2.5倍。

(3) 两类工业的净产值大致相当。

(4) 消费品工业远不及资本品工业增长来得迅速，后者的净产值将大于前者。

“对同一个问题，10个经济学家会给出11种不同的答案。”有人主张中国应走“重工业化道路”，通过投资拉动经济增长，随后这一理论在我国很快风行起来。2004年年底，著名经济学家吴敬链先生对这种说法进行了批驳。他认为，霍夫曼定理对应的是依靠大量资源和资本投入支撑的外延（粗放）增长。当前，信息化时代方兴未艾，服务业成为国民经济的主导部门，这种由重工业推动经济增长的模式已经过时，我们大可不必重走西方国家的老路。



为什么必须明确产权？——科斯定理

当大家都认为“外部影响”是市场机制失灵的原因的时候，科斯却认为市场机制可以解决“外部影响”问题，前提是必须让它产权清晰。

“科斯定理”是对美国著名经济学家、现代产权理论开拓者、1991年诺贝尔经济学奖得主R.H.科斯提出的产权理论与观点的通称。科斯是最早对产权安排、交易

费用与资源配置效率之间内在联系进行研究的经济学家，其有关思想见诸《企业的性质》和《社会成本问题》这两篇著名的论文中。后来人们把科斯有关产权的思想归纳为“科斯定理”，并做出如下区分。

> 科斯定理Ⅰ。在法律及市场结构可以保障自由交换的条件下，如果交易费用为零，那么不管财产权利的初始安排如何，当事人之间的谈判都会导致财富最大化的安排，即市场机制会自动使资源配置实现帕累托最优。
>
> 科斯定理Ⅱ。在交易费用为正的世界里，不同的财产权利界定会产生不同的资源配置效率。换句话说，由于交易是有成本的，不同的产权安排会使交易成本有很大的不同，因此会对资源配置的效率产生不同的影响。为了保证资源配置的优化，法律制度对产权的初始安排和重新安排的选择是至关重要的。如果不能保证资源的最优配置，产权就会让渡或交易。实现这种产权交易的有效途径之一，就是在市场上通过等价交换，实现财产权利的重新配置。
>
> 科斯定理Ⅲ。任何制度的选择与取舍均存在着一个成本比较的问题。如果成本大于收益，制度创新就没有必要。这个定理说明，由于清晰的产权制度安排有助于降低交易成本，提高资源配置的效率，因此，使得包括产权制度在内的制度选择，在经济运行和发展中具有十分重要的意义。而制度选择本身不是无代价的，而是有成本的。这种制度选择成本主要包括两个方面：一是制度的制定者和实施者所直接耗费的成本，即内在成本或私人成本；二是制度的制定和实施给接受者造成的资源耗费，即制度的外在成本与社会成本。

科斯定理宣称，在交易费用为零的条件下，只要产权明晰化，不论产权归谁，私有制的市场机制总会找到最有效率的办法，从而达到帕累托最优状态。

科斯定理的精华在于发现了交易费用及其与产权安排的关系，提出了交易费用对制度安排的影响，为人们在经济生活中做出关于产权安排的决策提供了有效的方法。

根据科斯定理，外部影响最终导致资源配置无效的原因在于产权不明确。如果产权明确，有些外部影响就不会发生。也就是说，解决外部影响问题时不一定要求政府干预，只要产权明确，市场就能自动解决外部影响问题。但是，在该理论提出以前，传统经济学认为解决外部影响的问题时要求有政府的干预。当出现外部不经济时就要进行征税，征税的数额应等于外部不经济给其他社会成员造成的损失，从而使得私人成本等于社会成本；当出现外部经济时，政府就要采取津贴的办法，使私人收益等于社会收益，从而使得资源配置达到最优。可以说，科斯定理对传统的经济学解决外部影响问题的方法提出了挑战，并且在理论和实践中也得到验证。



产权和资源配置有什么关系？——产权理论

“产权理论”是指研究财产所有权的性质、起因及其对经济社会活动影响的理论。

产权或财产所有权是一个历史的概念。早期的产权概念着重于它的哲学和伦理学含义，例如，休谟和穆勒从功利主义方面提出产权存在的理由，康德和黑格尔把产权当做人类自由的表现形式，马克思则把财产所有权视为人受控于物和产生“异化”的起因。

现代产权理论着重于分析产权的经济学含义，即把产权看做一切有助于确定每个人占有、使用和转让财产的权利的法律、规章、惯例和条例，并把制度因素视为影响经济增长和资源配置效率的一个内生变量。一般认为，罗纳德•科斯是现代产权理论的主要奠基者，其他代表人物还包括D•诺思、哈罗德•德塞茨、O•E•威廉姆森、A•阿尔钦和小钱德勒等人。

产权的基本形式主要有两种：公有制和私有制。产权的功能在于使外部性内部化，尤其是合理的产权能够解决激励问题。产权具有完备性、排他性、明晰性、实物性、可分割性、可分离性、可转让性以及延续性和稳定性的特点。

产权理论主要研究产权与资源有效配置的关系，产权与企业组织行为的关系，以及产权与社会结构的演进规律，具体包括如下五个方面。

(1) 交易成本理论。依据在市场背景下企业得以产生的历史现象，逻辑地推导出人们之间的市场交易是有成本的，并根据企业规模的变化，断定企业内部交易也是有成本的，这就彻底否定了正统经济学的“市场交易无摩擦”或“零交易成本假设”，并以此为基础描述交易成本为正的现实世界。

(2) 产权起源理论。产权的产生在于资源的稀缺性。认为建立产权实际上就是在不同的社会成员之间对资源权利进行界定、保护和行使。关键在于权利的私有及相互间的明晰和排他性。稀缺性使资源的相对价格提高，因此，对资源建立排他性的产权的成本要低于潜在的收益。产权的产生降低了交易成本，促进了资源的有效利用。

(3) 企业理论。企业作为一种替代市场交易的组织方式，实质上是要素所有者的长期契约安排。在市场交易的背景下，之所以会出现企业，是因为这种组织方式相对于市场交易而言，能降低人们的交易成本。而企业规模及其内部组织结构的变动，也是由这种交易成本的变动所决定的。关键在于坚持交易成本的最小化原则，追求有效的激励和约束。

(4) 制度比较与选择理论。产权制度的比较与选择也就是交易规则或

方式的比较与选择，包括公有产权、私有产权、权利划分、市场交易、内部交易、权利结构等方面的比较与选择。

(5) 制度变迁理论，即用交易成本方法考察西方经济史，也称为新经济史学说，以诺思为主要代表。该理论主要研究谁、为什么，以及怎样实施产权制度的变迁，制度变迁与经济增长的关系如何等问题。把国家、意识形态和产权联系起来进行综合分析，认为制度变迁决定或推动经济增长，社会技术进步和经济增长都依赖于有效的产权制度，而不是相反。

现代产权理论是在“交易成本”和“科斯定理”的基础上发展起来的。交易成本被定义为制度的运行费用，包括制度的建立、改变、自身运行的费用，以及交易者在该制度下从事交易活动所花的费用。这个概念由科斯在《企业的性质》一文中提出，是产权经济理论体系的一个基本组成部分，是经济学的成本—收益分析方法的具体化。科斯认为，不论产权的初始分配合理与否，只要产权界限定义清晰，则市场交易成本为零，此时市场机制就充分有效，从而通过市场机制能够使资源得到最有效的配置。反过来说，为了保证资源的有效配置，必须明确产权界限，同时保证产权在法律上是可以转让的。



为什么扩张性的货币政策会失效？——流动性陷阱

2008年2月以后，中国货币利率和投资利率利差缩小到通常低点0.1%以下。这种情况说明，扩张货币政策的激励作用已迅速降低，进一步降低利率对总需求的扩张作用已不大。2008年6月，投资利率进一步降低到了货币利率下方，说明经济基本面变化已使社会投资需求迅速降低，再采用货币激励手段，功效已完全失去，流动性陷阱风险迫在眉睫。

“流动性陷阱”这一名词大家并不陌生。在市场经济条件下，人们一般是从利率下调刺激经济增长的效果来认识流动性陷阱的。一个国家的中央银行可以通过增加货币供应量来改变利率。当货币供应量增加时（假定货币需求不变），资金的价格即利率就必然会下降，而利率下降可以刺激出口、国内投资和消费，由此带动整个经济的增长。如果利率已经降到最低水平，此时即使中央银行靠增加货币供应量再降低利率，人们也不会增加投资和消费，那么单靠货币政策就达不到刺激经济的目的，国民总支出水平已不再受利率下调的影响。经济学家把这种状况称为“流动性陷阱”。

通俗一些的说法是，新增流动性宛如流入了黑洞一般。尽管央行加大基础货币投入，在货币乘数非常低的状态（伴随着投资、消费低迷）下，货币供应量始终无法对应相当的商品供应量，无法抑制通货紧缩的发生。

造成流动性陷阱的直接原因是货币利率和投资利率的偏离，两者间的利差是用

于警示一国货币政策是否陷入流动性陷阱的重要判断指标。

> 据日本银行的公布，2003年8月份货币供应增长2%，较7月份的1.8%为高。数据符合预期，但仍较上年增长有放缓，反映日本经济有复苏迹象之余，银行借贷收缩，货币流通有待改善。8月份银行借贷为连续68个月下跌，年跌幅4.7%，7月份跌幅4.3%。数据反映出，金融企业仍不愿意申请新贷款，从上述日本的货币供应扩张与信贷持续萎缩来看，日本当时正处于流动性陷阱之中。

根据凯恩斯的理论可知，人们对货币的需求由交易需求和投机需求组成。在流动性陷阱下，人们在低利率水平下仍愿意选择储蓄，而不愿意投资和消费。此时，仅靠增加货币供应量无法影响利率。当利率为零时，即便中央银行增加货币供应量，利率也不能降为负数，由此就必然出现流动性陷阱。另一方面，当利率为零时，货币和债券利率都为零，由于持有货币比持有债券更便于交易，因此人们不愿意持有任何债券。在这种情况下，即便增加货币数量，也不能把人们手中的货币转换为债券，从而也就无法将债券的利率降低到零利率以下。因此，靠增加货币供应量不再能影响利率或收入，货币政策就处于对经济不起作用的状态。

解决流动性陷阱最根本的办法在于给储蓄资金找到新的出路，也就是通过别的渠道运用于企业，而不是变成银行存款。这一方面有待于资本市场的成熟，另一方面也有待于保障体系的完善，让人们没有后顾之忧。目前我国并不具备"凯恩斯流动性陷阱"发生作用的基本条件。国民经济市场化和货币化的比重还没有达到足够高的程度，还有相当比重的国民经济活动是非市场性的。至今我国还未形成普遍的利率回升预期。在财富持有者一致预期利率已经很低且不会更低、债券价格已非常高且不会再升高的条件下，人们才会在持有更多货币与更多债券之间做出倾向于前者的选择。只有在这时，才可以说经济运行有可能进入"流动性陷阱"。我国经济的这一轮大调整过程也未结束。经验表明，"流动性陷阱"往往发生于跨过衰退后的经济复苏阶段，而不是发生于由结构调整支配的经济衰退时期。



如何吸引企业投资非经营性的基础建设？——影子价格

> 上海市近几年通过采用政府固定补偿加利差微调的融资方式，吸收了大量的企业资本投资城市建设。例如，对黄浦江越江隧道、卢埔大桥等项目，在其经营期内，政府将银行长期固定资产贷款利率作为影子价格，每年以财政补贴的形式作为企业的收入回报。通过这一方式，近几年上海仅8条高速公路和4条越江工程就吸引了社会资本235亿元。

影子价格是一种理论价格。影子价格是从资源有限性出发，以资源充分合理分

配并有效利用为核心，以最大经济效益为目标的一种测算价格，是对资源使用价值的定量分析。

影子价格又称“最优价格”、“预测价格”，是荷兰经济学家詹恩·丁伯根于20世纪30年代末首次提出来的，是运用线性规划的数学方式计算的，反映社会资源获得最佳配置的一种价格。丁伯根认为影子价格是对“劳动、资本和为获得稀缺资源而进口商品的合理评价”。1954年，他将影子价格定义为“在均衡价格的意义上表示生产要素或产品内在的或真正的价格”。

从影子价格引申出影子收费的问题。因为在运用影子价格的方式来解决非经营性城建项目没有正现金流的问题，以利于融资工具的操作，达到借用社会资本目的的过程中，并不存在非经营性城建项目所提供服务的现实交易市场，即每个享受服务的个人并不会马上为此付费，而是通过市政府的转移支付间接付费。这里只存在影子价格而不存在市场价格。

> 影子收费是由收费公路BOT项目遇到的问题所引发的。由于车流量难以准确预测，导致了风险和赢利完全取决于双方谈判的最终结果，因此，政府的选择常常是干预和合法违约，私人的选择则是贿赂和机会主义。为解决这一问题，英国国家审计署首先提出了“影子收费”的办法，即政府规定一个最低交通流量，如果低于这一流量，政府给予补贴，如果高于这一流量，双方分成。影子价格就是最低交通流量所对应的通行费，就是政府与企业达成的公平价格，使企业的投资至少可得到必要的补偿，而政府也不必承担超额支付的风险。这样，企业资本投资非经营性城市基础设施，由政府通过行政收费或税收等形式，来补偿非经营性城市基础设施的运营成本和资本成本，将影子价格作为计算政府需要支付给投资商的报酬，赋予项目一定的现金流。而每一个享用非经营性城市基础设施的市民通过上缴政府行政性收费或税收，间接交付使用非经营性城市基础设施的费用，这就是影子收费的应用。

英、美等发达国家曾经对于归属公共产品范畴、难于计量直接经济效益的道路桥梁、污水处理等的投资建设，根据实测车流量和污水处理量的多少，由政府按约定支付一定的费用，通过这一收费机制或称影子价格机制大大刺激了私人部门对道路桥梁等基础设施的投资。例如，英国对纯粹为社会服务而不宜通过收费收回投资的道路项目，通过政府购买服务的方式来保证企业投资的回收。据资料显示，英国政府每年预算列资5亿英镑用于公路建设的补贴和购买服务。



为什么税率高了税收反而减少了？——拉弗曲线

《论语》里有这样一个故事：

哀公问有若：今年是个荒年，收成不大好，国库又不足该怎么办呢？

有若回答：能否将老百姓的税率从两成减少到个成？

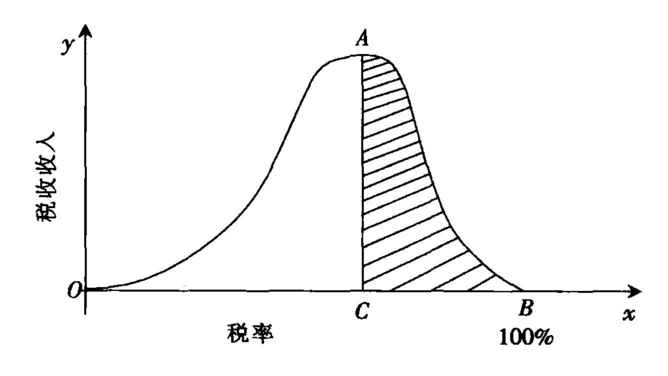
哀公说：两成的税率，国库的钱都不够，减少到个成，那不是更糟吗？

有若说：如果百姓手里没有钱，国库里怎么会有钱呢？如果百姓手里有钱，又何必为国库的钱发愁呢？

这段话固然反映了儒家传统的仁政思想，主张轻徭薄役，坚持藏富于民，但用现代经济学的观点来看，其实反映了经济学里关于税收的一个重要理论——拉弗曲线。

拉弗曲线是由南加州大学的经济学教授阿瑟·拉弗在一次鸡尾酒会上画出的。事情还得从1974年说起。当时，美国经济正处在“滞胀”的困境里。南加利福尼亚商学院的教授阿瑟·拉弗和当时福特总统的白宫助理切尼在华盛顿一家餐厅共进午餐，为了使切尼明白只有通过减税才能让美国摆脱“滞胀”，拉弗即兴在餐巾纸上画了一条抛物线，浅显生动地给切尼讲明了减税的奥妙之所在。一起赴宴的还有《华尔街日报》的副主编万尼斯基，他立刻将这一曲线在报纸上大加赞扬和宣传，“拉弗曲线”由此声名远扬，被戏称为“餐桌曲线”的“减税主张”博得了社会各界的认同，并最终被后来的里根政府所采纳，其影响遍及欧美。拉弗也因此成为家喻户晓的经济学家。

下图所示就是“拉弗曲线”。



在上图中，原点0处表示税率为0，此时政府没有税收收入；随着税率增加（由0—C—B的方向移动），税收收入呈现抛物线形的变化。当税率到达B点为100%时，社会将没有人愿意工作，所以也就没有税收收入了。拉弗曲线说明，当税率在横轴上超过C点时，税收对人们工作积极性的挫伤将大于其收入对积极性的提升，所以税收收入随着税率的提高而下降，图中的阴影部分被称为“税率禁区”。当税率处于这

个禁区时，只有通过降低税率才可以使得税收收入和国民产量同时增加。

拉弗曲线表明了这样一个观点：当税率低于某个水准时，会激发社会的工作热情，从而促进社会供给，政府的税收一同提升；当税率高于某个水准时，会降低社会的工作热情，从而降低社会供给，政府税收也会随之减少。由此可见，政府为了取得更多的税收收入，最佳方法不是提高税率，恰恰相反，应是减税。

一般人认为，税率越高，对于相同税基来说，能征收到的税收越多。比如1000元的收入，1000元是税基，如果税率是10%，那么国家可以收取100元的税收，如果税率是20%，那么国家就会收取200元的税收。与原来相比增加了100元，前面故事里的哀公就是持有这种观点的人。

但拉弗曲线却认为，税率越高并不意味着可以多收到税收，反而还可能会使税收减少。拉弗认为，在一定范围内提高税率，的确可以使国家在短时间内增加税收，但税率有个极限，如果超出这个限度，就会使人们工作消极，收入减少，而且逃税避税，国家征收到的税金反而会下降。如果税率进一步提高，很可能就会导致企业倒闭，收入锐减，使税基大大减少，从而使国家征收的税金更少。

拉弗曲线从经济学的角度揭示了“欲速则不达”的哲理。遗憾的是，在我们的经济生活中，违背这一客观规律，不按应有程序行事的例子却屡见不鲜：

> 在某城市郊区有一条高速公路，公路两侧有辅路，高速公路通行时候要收费，而辅路是不收费的。当地管理部门为了提高收入，准备提升高速公路的养路费，结果出现一个现象：高速公路上寥寥无人，而辅路上车水马龙，十分拥挤！
>
> 提高养路费后，走高速公路的人更加稀少，从而导致收入锐减！

相信当地管理部门并不了解拉弗曲线的理论，如果了解该理论肯定不会这么做，虽然其初衷是好的，结果反而得不到应有的收益！

其实，拉弗曲线的理念可以运用到生活的各个方面，很多事情都是因为到了一个极限，才会出现适得其反的效果，比如老板让员工加班，连续加班，压榨员工，一开始可能员工还可以忍受，但是时间一久，员工可能就会选择跳槽或离职了。所谓“物极必反”就是这个道理。



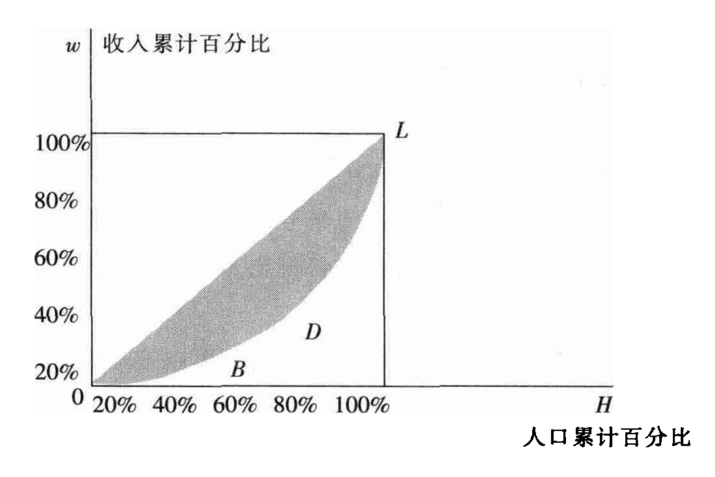
收入分配的差距有多大？——洛伦兹曲线

洛伦兹曲线就是指，在一个总体（国家、地区）内，以“最贫穷的人口计算起一直到最富有人口”的人口百分比对应各个人口百分比的收入百分比的点组成的曲线。

为了研究国民收入在国民之间的分配问题，美国统计学家（或说奥地利统计学家）M.O.洛伦兹提出的了著名的洛伦兹曲线。它先将一国人口按收入由低到高排

队，然后考虑收入最低的任意百分比人口所得到的收入百分比。将这样的人口累计百分比和收入累计百分比的对应关系描绘在图形上，即得到洛伦兹曲线。

显而易见，洛伦兹曲线的弯曲程度具有重要意义。一般来说，它反映了收入分配的不平等程度。弯曲程度越大，说明收入分配程度越不平等；反之亦然。



洛伦兹曲线用于比较和分析一个国家在不同时代或者不同国家在同一时代的财富不平等，该曲线作为一个总结收入和财富分配信息的便利的图形方法得到了广泛应用。



如何达到公平和效率的“理想王国”？——帕累托最优

帕累托最优是指资源分配的一种状态，在不使任何人境况变坏的情况下，而不可能再使某些人的处境变好。帕累托改进是指一种变化，在没有使任何人境况变坏的前提下，使得至少一个人变得更好。一方面，帕累托最优是指没有进行帕累托改进余地的状态；另一方面，帕累托改进是达到帕累托最优的路径和方法。帕累托最优是公平与效率的“理想王国”。

自助餐就给我们提供了一个有意思的例子。用餐者最后一口的边际效用为零，而食物提供者的边际成本却大于零，这是和帕累托最优条件相违背的。但从交易费用的角度来看，自助餐的形式节省了等候和伺候顾客的费用，而且这种费用的节省一定是大于限制顾客消费的“浪费”，因此，帕累托最优仍然是满足的。毫无疑问，如果我们生来就是高尚的人，则交易费用就会减少，而且我们也会更加富有。人们看似非最优的行为，却是人们在约束条件下的理性选择。人们总是在约束条件下达到最优。

从市场的角度来看，一家生产企业，如果能够做到在不损害对手的利益的情况下又为自己争取到利益，就算是帕累托最优，换言之，如果是双方交易，这就意味

着双赢的局面。

一般来说，达到帕累托最优时，会同时满足以下3个条件：

交换最优：即使再交易，个人也不能从中得到更大的利益。此时对任意两个消费者，任意两种商品的边际替代率都是相同的，且两个消费者的效用同时得到最大化。

生产最优：这个经济体必须在自己的生产可能性边界上。此时对任意两个生产不同产品的生产者，需要投入的两种生产要素的边际技术替代率都是相同的，且两个消费者的产量同时得到最大化。

产品混合最优：经济体产出产品的组合必须反映消费者的偏好。此时任意两种商品之间的边际替代率必须与任何生产者在这两种商品之间的边际产品转换率相同。

如果一个经济体不是帕累托最优，则存在一些人可以在不使其他人的境况变坏的情况下使自己的境况变好的情形。普遍认为这样低效的产出的情况是需要避免的，因此帕累托最优是评价一个经济体和政治方针的非常重要的标准。



研究社会经济福利的经济学——福利经济学

福利经济学是研究社会经济福利的一种经济学理论体系。它是由英国经济学家霍布斯和庇古于20世纪20年代创立的。庇古在其代表作《福利经济学》、《产业变动论》、《财政学研究》中提出了“经济福利”的概念，主张国民收入均等化，且建立了效用基数论等。福利经济学是西方经济学家从福利观点或最大化原则出发，对经济体系的运行予以社会评价的经济学分支学科。

福利经济学的主要特点是：以一定的价值判断为出发点，即根据已确定的社会目标，建立理论体系；以边际效用基数论或边际效用序数论为基础，建立福利概念；以社会目标和福利理论为依据，制定经济政策方案。

德国社会福利制度已有100多年的历史，主要由法定医疗保险制度、养老保险和失业保险以及各种国家补贴组成。在这一制度下，德国人从子女教育、看病吃药、失业救济、买房建房到退休养老，基本上都能得到相应的高福利照顾，这些福利费用由社会交纳的保险金和政府财政补贴构成。目前，德国一年的社会福利支出已相当于其国内生产总值的37%以上，并在不断攀升，过高的福利保障增加了国家的财政负担，1991年之后的11年间，德国政府的债务整整翻了一番。同时，企业的负担也很重，发展活力受到压制，直接影响了经济的发展。

从目前看来，过高的福利养成了德国社会的惰性，也超过了国民经济

所能负担的限度，改革已势在必行。

帕累托的“最优状态”概念和马歇尔的“消费者剩余”概念是福利经济学的重要分析工具。帕累托最优状态是指这样一种状态：任何改变都不可能使任何一个人的境况变得更好而不使别人的境况变坏。按照这一规定，一项改变如果使每个人的福利都增进了，或者一些人福利增进而其他人福利不减少，那么这种改变就有利；如果使每个人的福利都减少了，或者一些人福利增加而另一些人福利减少，那么这种改变就不利。

马歇尔从消费者剩余概念推导出政策结论：政府对收益递减的商品征税，得到的税额将大于失去的消费者剩余，用其中部分税额补贴收益递增的商品，得到的消费者剩余将大于所支付的补贴。马歇尔的消费者剩余概念和政策结论对福利经济学也起到了重要作用。

20世纪30年代，庇古的福利经济学受到罗宾斯等人的批判。罗宾斯认为，经济理论应当将价值判断排除在外，效用可衡量性和个人间效用可比较性不能成立，福利经济学的主张和要求没有科学根据。继罗宾斯之后，卡尔多、希克斯、勒纳等人从帕累托的理论出发也对庇古的福利经济学进行了批判。与罗宾斯不同的是，他们认为福利经济学仍然是有用的。

1939年，卡尔多提出了福利标准或补偿原则的问题。此后，希克斯、西托夫斯基等人对福利标准或补偿原则继续进行讨论。他们主张把价值判断从福利经济学中排除出去，代之以实证研究；主张把福利经济学建立在边际效用序数论的基础之上，而不是建立在边际效用基数论的基础之上；主张把交换和生产的最优条件作为福利经济学研究的中心问题，反对研究收入分配问题。卡尔多希克斯、勒纳、西托夫斯基等人建立于帕累托理论基础上的福利经济学被称做新福利经济学。

> 新福利经济学主张效用序数论，认为边际效用不能衡量，个人间效用无法比较，不能用基数数词表示效用数值的大小，只能用序数数词表示效用水平的高低。新福利经济学根据效用序数论反对旧福利经济学的福利命题，特别是第二个命题，反对将高收入阶层的货币收入转移给一部分给穷人的主张。
>
> 新福利经济学家认为福利经济学应当研究效率而不是水平，只有经济效率问题才是最大福利的内容。勒纳、霍特林等人对经济效率问题做了论述。经济效率是指社会经济达到帕累托最优状态所需具备的条件，包括交换的最优条件和生产的最优条件。

近年来，西方经济学家着重对福利经济学中的外部经济理论、次优理论、相对福利学说、公平和效率交替学说、宏观福利理论等领域进行了讨论。这些“新”理论一方面企图说明，现代西方国家可以通过政府干预调节价格和产量，实现资源的合理配置；另一方面企图说明，现代西方国家的分配制度虽然不合理，但是如果加

以改变，则可能会更不合理，一切人为的改善分配状况和增进福利的措施都是无效的。



农村综合变革的新起点——新农村建设

党的十六届五中全会提出了建设社会主义新农村的重大历史任务，为做好当前和今后一个时期的“三农”工作指明了方向。

“社会主义新农村”这一概念，早在20世纪50年代就提出过。80年代初，我国提出“小康社会”的概念，其中建设社会主义新农村就是小康社会的重要内容之一。十六届五中全会提出的建设“社会主义新农村”，则是在新的历史背景下，在全新理念指导下的一次农村综合变革的新起点。

所谓"新农村"应该包括五个方面，即新房舍、新设施、新环境、新农民、新风尚。这五者缺一不可，共同构成小康社会“新农村”的范畴。社会主义“新农村”与建设和谐社会、小康社会息息相关。

“新房舍”就是指农村要因地制宜地建设各具民族和地域风情的居住房，而且房屋建设要符合“节约型社会”的要求，体现节约土地、材料和能源的特征。有关专家批评在我国东南沿海地区部分农村出现的“农民豪宅”，看起来繁富讲究，其实有土地和资源浪费之嫌。在建设新民居时应加强管理，统一规划，广泛采用节约的新技术。

“新设施”就是指要完善基础设施，道路、水电、广播、通讯、电信等配套设施一应俱全。让现代农村共享信息文明，这是新农村的重要“硬件”，往往成为制约农村小康社会建设的基础“瓶颈”。

“新环境”主要体现在生态环境良好、生活环境优美等方面。尤其是在环境卫生的处理能力上要体现出新的时代特征。比如农村的生活垃圾区、污水沟、厕所、畜禽住所等应按照卫生标准规划和建设。这也正是我国农村和发达国家农村的主要差距。

“新农民”则要求，有了新的设施和环境远远不够，关键要有具备现代化素质的新农民，即“四有农民”——有理想、有文化、有道德、有纪律。在农村教育、农民培训和文化道德建设上，我国农村还有很长的路要走。我国农民人均受教育年限只有7.3年，40%以上的没有接受九年义务教育。

“新风尚”就是指要移风易俗，提倡科学、文明、法治的生活观，加强农村的社会主义精神文明建设。比如浙江一些富裕农村大修豪华坟墓等现象就不符合“新风尚”的要求。

新农村建设总的要求是“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、

管理民主”。这五句话二十个字内容全面、内涵丰富，相互联系、相辅相成，必须全面把握，突出重点，协调推进。从根本上说，经济是基础，推进新农村建设必须坚持以经济建设为中心，不断解放和发展农村生产力。不论什么时候、什么地方、什么发展阶段，都必须始终紧紧围绕这个中心。否则，新农村建设就会成为无源之水、无本之木，就会偏离正确的方向。

从根本上看，新农村建设的实质是对严重失衡的城乡利益关系进行合理调整，是对农村和农民长期历史欠账的合理补偿。一方面，新农村建设对地方政府来说是一个巨大的考验，要求其从根本上转换长期以来以城市为中心的发展观，真正把发展重心转向农村区域、农业产业和农村人口。另一方面，新农村建设必须自始至终以满足农民的现实需求为中心，根据各地实际切实解决农民生产生活中最紧迫的各种难题，理所当然是各级政府在新农村建设中所必须坚持的基本点。从本质上看，新农村建设实际成效的直观反应是农民的满意程度，是困扰农民生产和生活的最紧迫的问题是否得到有效解决。

新农村建设要达到上述目标并真正取得实效，至关重要的一点是必须做到在充分提高农民参与能力的基础上切实推动农村社区全面发展，并从以下几个方面取得突破。

1. 赋权于社区

从根本上看，新农村建设是建设农民自己的家园。因此，必须以农民为本，以农村社区为基本单元。要充分尊重农民的意愿，满足农民的现实需要。在农村社区内实行农民自主参与的内在机制，让农民有充分的话语权，能充分表达其利益诉求，真正做到赋权于社区和还权于农民。赋权的核心是为农村社区成员提供最基本的参与和决策权力，特别是要提高农民对新农村建设的规划、实施、管理等全过程的自主参与度。从根本上看，农民是新农村建设最重要的利益主体，是社区资源的拥有者、管理者、投入者和受益者，他们绝不能成为被动的发展对象。

2. 参与式方法

长期以来，农村发展规划的制定者大多为政府或其相关部门，基本上采用自上而下的方式进行，农民大多处于被动参与规划制定的地位，其发言权很少，因而规划难以真实反映农民的需求与愿望。社区发展规划作为新农村建设的重要环节，应坚持运用自下而上、上下结合的参与式方法。运用自下而上、上下结合的参与式方法制定社区发展规划，可以有效克服政府和社区存在的不利因素，使规划更加符合当地实际，更好地满足社区和农民的发展需求及其利益，从而充分调动他们参与规划活动的主动性和积极性，有效发挥农民在新农村建设中的主体作用。

3. 普遍的受益性

过去，政府支持的农村发展项目都有明显的规模偏好倾向，各种支持农业发展的优惠政策，都会规定对达到一定规模的农户进行奖励和贷款优惠，这样的政策安排虽有一定的激励效应，但在社区范围内政策实施的公平性无法得到保证，不能惠

及社区贫困农户等弱势群体，客观上将其排斥在受益群体之外，拉大了社区内部的贫富差距。在农村社区内部不能有农户受益程度的显著差别，新农村建设项目的受益面应当覆盖社区内的所有农户。在新农村建设中，贫困农户等弱势群体是最需要给予高度关注和切实帮助的，必须特别重视项目实施过程中贫困农户的参与性，认真听取他们的意见，充分考虑他们在经济上的承受能力，积极采纳他们的合理建议，确保贫困农户在新农村建设中能真正受益，从而尽可能扩大新农村建设在农村社区内的受益面。

4. 社区能力建设

现实表明，新农村建设中重物资投入轻能力建设是一个较为普遍的现象。对农村社区的持续发展而言，外部干预主要应发挥导向和催化剂的作用，而不能越俎代庖。高度注重农村社区的能力建设，促使农村社区的发展能力不断提高，应当是新农村建设中不可缺少的重要组成部分，必须从政策上给予有效支持。

建设社会主义新农村，不仅关系到农业、农村的发展和农民的富裕，而且关系到实现国家的长治久安和民族的伟大复兴。农村人口众多、经济社会发展滞后是我国当前的一个基本国情。我国的经济社会发展总体上已经进入以工促农、以城带乡的新阶段。在这个阶段，只有实行统筹城乡经济社会发展的方略，加快建设生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主的社会主义新农村，才能如期实现全面建设小康社会和现代化强国的宏伟目标，实现中华民族的伟大复兴。

明天谁为你养老
——国计民生篇



如何更全面地衡量一个国家的经济状况？——绿色GDP

讨论绿色GDP之前，先来了解下GDP的相关知识。

一天傍晚，两位经济学研究生甲和乙边散步边讨论关于GDP增长的问题。讨论的过程中两位青年争吵了起来，难分高下的时候，突然发现前面的草地上有一堆狗屎。甲就对乙说："如果你能把它吃下去，我愿意出5000万。"5000万的诱惑可真不小，吃还是不吃呢？乙掏出纸笔，进行了精确的经济学计算，很快得出了经济学上的最优解——吃！于是甲损失了5000万，当然，乙的这顿"晚餐"吃得并不轻松。

两个人继续散步，突然又发现了一堆狗屎。这时候乙开始剧烈地反胃，而甲也有点心疼刚才花掉的5000万。这时乙对甲说："你把它吃下去，我也给你5000万。"于是，不同的计算方法，相同的计算结果——吃！甲心满意足地收回了5000万，乙似乎也找到了一点心理平衡。

突然，两个人同时号啕大哭："闹了半天我们什么也没得到，却白白吃了两堆狗屎！"他们怎么也想不通，只好去请教他们的导师——一位著名的经济学泰斗。

听了两位高徒的故事，没想到泰斗也号啕大哭起来。只见泰斗颤巍巍地伸出一根手指头，无比激动地说："一个亿啊！一个亿啊！我亲爱的同学，感谢你们，你们仅仅吃了两堆狗屎，就为国家的GDP贡献了一个亿的产值！"

GDP是国内生产总值（Gross Domestic Product）的简称，是指在一定时期内（一个季度或一年），一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值。它不但可以反映一个国家的经济表现，更可以反映一国的国力与财富，常被公认为衡量国家经济状况的最佳指标。

GDP可以衡量一个国家或地区的经济产出或生产能力。因为这个社会其实就是由投入和产出构成的。任何经济行为都可以用这两者来计算，对于一个国家或地区而言也不例外。到底一个国家或地区的生产能力有多强，或者说得更简单点就是创造了多少社会财富，这个时候就需要一个统一的度量单位，以便国家与国家、地区与地区之间进行比较。而GDP就是这个统一的度量单位。也就是说，GDP是用来衡量国家或地区的社会总财富的尺子。

这里所说的社会总财富没有民族和国籍的区分，也就是说一国的领土范围之内，无论肤色如何，也不管是国内企业还是外国企业，只要它是在规定时间内所创造的都属于GDP的核算范围。例如，西门子在中国的分公司所获得利润就要计入中国的GDP，而不能计入德国的GDP；联想在美国的分公司所获得利润就会计入美国的GDP，而不会计入中国的GDP。

第二次世界大战之后，GDP逐渐被世界各国采用。我国于1985年建立GDP核算制度，1992年之后逐步建立起一套新的国民经济核算体系，GDP成为核心指标。作为一个国家或地区一定时期内社会经济活动成果的集中体现，目前，这一指标已成为各级政府制定经济发展计划和战略目标的重要依据，并成为家喻户晓、世人关注的经济“晴雨表”。

一般来说，一个国家的GDP大幅增长，反映出该国经济发展繁荣，国民收入增加，消费能力也随之增强，人民生活水平提高。反过来说，如果一个国家的GDP出现负增长，则说明该国经济处于衰退状态，消费能力降低，人民生活水平降低。但有的时候，却会出现反常的情况，GDP高速增长，但人民生活水平却并未随之提高。

为什么会出现这样一种反常现象呢？这是因为GDP代表的是全社会终端商品的价格总和，而我们的生活水平取决于全社会终端商品使用价值的总和。这两者既相互关联，又相互背离。比如，王先生家3年前每月吃10斤猪肉，每斤4.5元，共需45元。去年猪肉涨到了9元一斤，王先生家每月还吃10斤，需90元，因此，在王先生家的生活水平并没有任何提高的情况下消耗的GDP增加了一倍。今年猪肉涨到了13元一斤，王先生家吃不起10斤了，只能吃7斤，需花费91元，这样王先生家在生活水平下降30%的情况下消耗的GDP反而还略有增加。王先生家的生活水平取决于他吃了多少肉，而GDP反映的是买这些肉花了多少钱，二者既有相互关联的一面，又有相互背离的一面。有时王先生花的钱多说明他吃的肉多了，有时他花的钱多反而吃的肉少了。

GDP的积极影响是多方面的，但也有其局限性。具体来说，GDP的局限性表现在以下两个方面。

其一，GDP不能反映经济增长的准确情况。因为现行GDP统计对没有效益的经济活动也照算不误，比如，年初的冰冻灾害造成了很大的经济损失，同时也造成了很多灾区人民生产生活上的困难，但是，GDP却增长上去了。这是为什么呢？因为救灾需要投入大量的人力、物力、财力，要花费大量的物资，所以GDP增长了。日常生活中有很多这样的例子，比方说早上开车上班的路上出了车祸，人被送到医院去抢救，车也要送到车行去修理，这样GDP就增加了。本来出车祸是不好的事情，也不会产生效益，但是对GDP来讲却是增长了。这种GDP的增长，其财富积累的效率是非常低的。

其二，GDP也不能反映经济增长的成本。比方说，有些地方经济增长虽然比较

快，但是资源消耗非常厉害，造成了严重的资源浪费及环境污染，GDP虽然上去了，但是消耗的成本很大，破坏了生态平衡。这是非常不划算的。

因此，为了更好地衡量一个国家或地区的经济状况，经济学家提出了一种新型的GDP概念——绿色GDP。

> 厉以宁在第八届北大光华2006新年论坛上指出了可持续发展的双重含义：一是自然意义上的可持续发展，二是社会意义上的可持续发展。到现在为止，绿色GDP核算只涉及了自然意义上的可持续发展，即绿色GDP等于GDP减掉环境损害成本和自然资源的净消耗量。社会意义上的可持续发展是指社会稳定，人际和谐，区域之间、城乡之间协调发展，社会可持续发展得以实现。可持续发展的GDP核算应该把这两种含义的可持续发展都包括在内。

"绿色GDP"一词用来表示一种新型的国内生产总值的概念。具体是指去掉一些被视为不合理的具有外部影响的自然和人文支出后的国内生产总值。它反映了经济社会发展中扣除现实中的外部化成本，并从内部去反映可持续发展的质量和进程。

1. 狭义上的绿色GDP

狭义上的绿色GDP是指在现有GDP的基础上，扣除资源耗减成本与环境降级成本之后的余额，它反映了一个国家或地区在考虑了自然资源与环境因素以后的经济活动的最终成果。

2. 广义上的绿色GDP

著名经济学家、北京大学光华管理学院名誉院长厉以宁建议中国应当实行有利于可持续发展的新的GDP核算方式，将发展中涉及的自然和社会成本都考虑在内。这种可持续发展的新的GDP是对狭义上的绿色GDP概念的必要补充与延伸，是广义上的绿色GDP。他提出，在社会意义上的可持续发展GDP核算方面，应当扣除安全生产事故、突发事件以及司法腐败带来的各项损失。

同时他还认为，延伸绿色GDP范围是有必要的，这个延伸是指把与社会意义上的可持续发展有关的指标纳入GDP核算体系内。在新的核算体系中，应当从GDP中扣除因发生安全生产事故造成的GDP损失，以及为处理这些事故所发生的支出。具体来说，比如发生了矿难，煤矿就要停产整顿一段时间，自然会造成损失，而且，为了处理矿难就要投入资金来善后和消除隐患，这也应纳入GDP核算体系。他还指出，应从GDP中扣除掉社会上各种突发事件造成的GDP损失，以及为处理这些事件所发生的支出；扣除掉因为食品安全事故、医疗安全事故、建筑安全事故、交通安全事故等造成的GDP损失，以及为处理这些事件所发生的支出；扣除掉各种腐败及司法不公造成的损失。

而后，他又倡议应建立"可持续发展的GDP"统一核算体系，考虑到将收入差距之类的指标纳入"可持续发展的GDP"范围在核算方面难度较大，因此，目前可

先列入以下指标。

(1) 从GDP中扣除安全生产事故造成的GDP损失以及处理这些事故的支出。

(2) 从GDP中扣除社会上各类突发事件造成的GDP损失以及处理这些事件的支出。

(3) 从GDP中扣除因食品、医疗、建筑、交通等安全事故造成的GDP损失以及处理这些事件的支出。

(4) 从GDP中扣除司法不公和各种腐败造成的损失。

从理论上说，在GDP核算的基础上应当把上述损失扣除掉。但是，这方面的核算会遇到不少困难，主要是各种安全事故的货币折算，例如，安全事故的当事人及公众在心理上所受到的损害、处理安全事故和突发事件的机会损失如何用货币表示等，都是面临的难题。

我们需要的发展是经济、社会、生态的综合协调发展，是可持续发展。因此，应考虑将自然资本与可持续性的整体衡量结合起来，为经济发展提供“绿色”的衡量方法。1990年，美国经济学家Daly和Cobb曾经系统地比较了美国的传统GDP与绿色GDP之间的差异。1992年，联合国环境与发展大会通过了《21世纪议程》，标志着人类社会进入以“保持自然，崇尚自然，促进持续发展”为核心的绿色技术时代。随着人们对绿色技术、绿色产品以及绿色生活方式认识的加强，绿色GDP、绿色国民生产净值等也必将成为衡量发展的一个新尺度。

目前，人们正在探索制定能够完整体现可持续发展思想的指标体系。例如，1995年，世界银行按照可持续发展的思想，为评估各国财富制定了一套新的计算方法。它从自然资本、产出资本、人力资本三个方面来综合性地计算。按照这种统计方法，我国在世界192个国家和地区中排在倒数第31位，主要是因为我国自然资源匮乏（在新的统计结果中，自然资源仅占我国财富的8%）且人口规模庞大。因此，我国未来的发展必须以最有效的方式来利用有限的自然资源，不能再以资源高消耗、环境高污染为代价来换取GDP的高增长了。



什么才是真正属于自己的价值？——GNP

GNP是一个国家的国民生产总值，它反映了一个国家的经济发展水平，强调的是国民性。从本质上来说，GNP才是真正属于自己的价值。

1929年，爆发了一次史无前例的世界性经济危机，对世界经济的摧残程度也是前所未有的。但令人奇怪的是，当危机爆发之初，人们竟然没有丝毫察觉。当时的美国总统胡佛甚至认为经济形势正在转好。

我们没有理由嘲笑当时的人们的无知，因为当时除了苏联统计机构有尚不完善

的国民经济平衡表之外，世界各国有关国民经济的统计几乎是空白，所以，人们自然也就不知道经济形势已经坏到什么地步。

这次危机终于引发了人们了解国民经济状况的迫切性。于是，美国参议院财经委员会委托西蒙库兹涅茨，建立一系列用来统计核算一国投入和产出的指标，由此发展出"国民收入账户"。这就是国民生产总值GNP的前身。1933年，当1929—1932年的国民收入统计资料公开时，人们才发现这次经济危机竟是如此可怕。

GNP就是国民生产总值（Gross National Product）的简称，是指在一定时间内，不管一个国家的生产要素流入哪个国家，只要它们仍然为该国的个人或法人所有，那么用这些要素生产出来的最终产品或劳务价值就称为该国的国民生产总值。这里强调的是一国的国民，也就是具有本国国籍的人，无论身在何地，他所创造的价值都应计入本国的GNP。

国民生产总值反映了一个国家的经济水平。按可比价格计算的国民生产总值，可以计算不同时期、不同地区的经济发展速度（经济增长率）。

国民生产总值的计算方法有以下三种。

(1) 生产法（或称部门法）：从各部门的总产值（收入）中减去中间产品和劳务消耗，得出增加值，各部门增加值的总和就是国民生产总值。

(2) 支出法（或称最终产品法），国民生产总值=个人消费支出+政府消费支出+国内资产形成总额（包括固定资本形成和库存净增或净减）+出口与进口的差额。

(3) 收入法（或称分配法）：将国民生产总值看做各种生产要素（资本、土地、劳动）所创造的增加价值的总额。因此，它要以工资、利息、租金、利润、资本消耗、间接税净额（间接税减政府补贴）等形式，在各种生产要素之间进行分配。这样，将全国各部门（物质生产部门和非物质生产部门）的上述各个项目加以汇总，即可计算出国民生总值。

GDP和GNP，国内生产总值和国民生产总值无论是外国名还是中国名，都只差一字，所以很容易让人混淆。为了让大家更容易区分它们，我们在这里举个例子。假如有一家人，妻子在家里做手工艺品，一年的产值是6000元，丈夫在外国做建材生意，一年的产值是13000元。他们还有一间房屋出租给一个公司搞图书出版，该公司一年的产值是10万元。房屋的年租金是1万元。那么，这个家庭的GNP就是丈夫和妻子的生产总值，再加上房租，就应该是29000元；这个家庭的GDP就是妻子和那家公司的生产总值以及房租，就是116000元。

GDP和GNP的关系是：GDP=GNP+（外资生产总值—本国国民在外国的生产总值）。

对于上例而言，那个家庭的GDP=29000+（100000-13000）=116000（元）。

从上面的公式中，我们可以看到，对于一个国家来说，如果外资在这个国家内

的生产总值和该国资本在外国的生产总值相等，那么这个国家的GDP就等于GNP，如果这两个值相差不大，那么这个国家的GDP就约等于GNP；如果外资在这个国家内的生产总值远远大于该国资本在外国的生产总值，那么这个国家的GDP就远远大于GNP；如果外资在这个国家内的生产总值远远小于该国资本在外国的生产总值，那么这个国家的GDP就远远小于GNP。

GDP和GNP，究竟哪个能比较真实地反映一国国民的生活水平呢？当然是GNP。GNP是本国国民生产的总产值，当然比GDP反映得要真实一些。即使外资在该国的产值再大，也不属于该国。外资在该国内，就像在一个人肚子里的用塑料膜严密封好的一块蛋糕，这块蛋糕虽然在这个人的肚子里，但是不属于这个人。还拿上例来说，真正能反映那个家庭生活水平的数据，是29000元，而不是116000元，那图书出版公司的产值再高，也和这个家庭无关。GNP才是真正属于自己的价值。



物价涨了还是跌了？——CPI

从2007年开始，CPI如同脱缰野马一般，一路疯狂上涨，几乎令所有人尤其是普通百姓都瞠目结舌。于是，在网上流传着这样一句经典语句："你可以跑不赢刘翔，但必须跑赢CPI。"

随着市场经济体制的建立和完善，人们突然发现CPI这个曾经陌生的经济指标，已然和自己每天花出去的"银子"息息相关了。CPI的涨跌，牵动着越来越多的人的心。

CPI数值不断地升高已经成为人们在街头巷尾热议的话题，因为我们日常生活的方方面面越来越多地被它牵动着。粮价涨了，肉价涨了，油价涨了，房价涨了，似乎一切都在上涨！人们明显地感到自己的财富在缩水。

的确如此，你可以不喜欢运动，但你的财富一辈子都在赛跑，这是一场长达几十年的"马拉松"，这场比赛进行得悄无声息，甚至不管你愿不愿意参加。而你的对手就是CPI。

CPI全称为Consumer Price Index，翻译成中文就是消费者物价指数。它反映的是根据和居民生活有关的商品及劳动力价格所统计出来的一个指标。其作用是对通货膨胀水平的一个量化体现。通俗地说，现在我们吃的、喝的、用的一些物品，很多价格都在涨，那么到底涨了多少呢？这就需要一个统一的标尺来衡量，这个标尺就是CPI。

我国的CPI是按食品、烟酒及用品、衣着、家庭设备用品及服务、医疗保健及个人用品、交通和通信、娱乐教育文化用品及服务、居住这八大类来计算的。这八大类的权重总和加起来是100。其中，食品所占的比重最大，包括粮食、肉禽及其

制品、蛋、水产品、鲜菜、鲜果。

在每一类消费品中选出一个代表品，比如大多数人是吃米还是吃面，是穿皮鞋还是穿布鞋等。国家统计局选出一定数量的代表品，把这些代表品的物价按每一月、每一季、每一年折算成物价指数，定期向社会公布。该指数就是我们所说的官方的CPI。

CPI作为一个固定的价格指数，不反映商品质量的改进或下降，对于新产品也不加考虑，它所考量的只是和居民生活相关的一些商品及劳务的价格。

CPI升幅过大，表明居民生活成本较之以前变高，如果你的收入没有增加，那么相对于社会环境来说，你的收入实际相当于降低了。举一个简单的例子：假如去年你得到100元没有花掉，而今年CPI上升了8%，那么你现在用这100元其实只能买到去年92元就能买到的商品及劳务服务。

因此CPI的大幅上涨，即通常所说的“涨价”，是不受欢迎的。如果CPI升幅过大，则通货膨胀就会成为国民经济中的不稳定因素，央行就会有紧缩货币政策和财政政策的风险，继而导致经济前景不明朗。

CPI的变化会对股市产生一定的影响。CPI升幅过大，会导致通货膨胀，而央行为了抑制通胀，会采取加息等紧缩策略，导致股市流动资金的减少，继而减小股票的买盘。根据供求关系，在股票买盘小的情况下其价格就会下跌；反之，如果CPI降低，则股市走热，股票上涨。

CPI计算体系是1993年确立的，但一直以来都不为人们所重视。2007年年初，中国人民银行设定了3%的CPI目标，这一底线也被认为是央行加息的“警戒线”，但自2007年5月开始，这条警戒线却被轻松突破了。

2007年5月，CPI增速首次越线，达到3.4%，6月再上新台阶，达到4.4%。到了8月，已是“连升三级”，达到了令人瞠目的6.5%。8月8日，曾经一心力保3%的央行甚至发出了“防止物价全面上涨”的警告。但是，CPI只是稍微放慢了上涨的脚步，9月降到6.2%。随后又急速上涨，达到2008年2月份的8.7%，创了11年来的新高。以食品类价格为例，食品类商品价格同比上涨23.3%，其中，肉禽及其制品价格上涨45.3%（其中猪肉价格上涨63.4%）。难怪大连动物园内很多老虎都吃不饱了，看来CPI的增长要让老虎吃素了。

细心的人也许会发现，从2007年以来，我国物价开始快速上涨，那些不断涨价的产品总是与人们的生活息息相关，如粮食、蔬菜、食用油、煤炭、电、自来水、天然气等，为什么这些生活必需品会涨得这么快呢？

粮食、蔬菜、食用油等生活必需品的价格上涨可以说是一种必然，因为我国耕地面积有限，而且土地资源为不可再生资源。在有限的土地上种植粮食作物要等上一年半载才能收获，而收获的粮食还需要进一步加工才能上市，靠耕种土地赚钱很慢，于是越来越多的土地变成了住宅或厂房，因为人们普遍认为工业是快速致富之

路，而这也是全球性的趋势。所以，在稀缺土地上种出来的粮食也就变得稀缺了，与人们生活密切相关的米、面、油等必需品也就不得不涨价了。我国的物价指数虽保持在7%左右的水平，但真正与人们日常生活密切相关的CPI指数实际上更高，只不过总体数值被那些降价促销的耐用消费品摊平了。

消费价格总体水平的上升，将进一步增加生活成本，影响居民的幸福水平。房价不断上涨，让有些人发现，买房不如买房地产股划算；黄金价格不断上涨，于是买不起实物金可以买黄金股；吃不起猪肉可以买农业股。在通胀环境中，人们可以想到什么产品价格上涨就买产销这种产品的企业的股票，这样就能够做到"跑不过刘翔，但总能够跑过CPI"。不过要注意的是，要把握好通胀的概念后再投资。



如何来把握经济的温度？——PPI

我国的PPI自2007年10月份开始，涨幅持续提高，从3.2%持续攀升到2008年8月份的10.1%，涨幅达到了两位数。这引起了人们极大的关注。

PPI是经济"体温计"。它反映生产者获得原材料的价格波动情况，推算预期CPI，从而估计通货膨胀带来的风险。通过PPI的变化，我们就能大体判断国家经济的运行状况，并可由此预判未来国家的宏观经济政策。

PPI（Producer Price Index）是生产者物价指数的英文缩写，它是站在生产者的角度来观察不同时期货物和服务商品价格水平变动的一种物价指数，反映了生产环节的价格水平，也是制定有关经济政策和国民经济核算的重要依据。在我国，PPI一般指统计局公布的工业品出厂价格指数。目前我国PPI的调查产品有4000多种，包括各种生产资料和生活资料，涉及调查种类186个，其中，能源原材料价格在PPI构成中占较大的比重。

通常情况下，PPI走高意味着企业出厂价格提高，因此会导致企业赢利增加；但如果下游价格传导不利或市场竞争激烈，走高的PPI则意味着众多竞争性领域的企业将面临越来越大的成本压力，从而影响企业赢利，整个经济运行的稳定性也将受到考验。

我国近一年多PPI攀高的根本原因是：在全球需求急速扩张下，资源类产品价格持续走高，而我国部分资源匮乏、内外需求旺盛，经济对于外部资源的依存度越来越大，导致国内PPI走高，直至2008年8月份创下10.1%的新高。

PPI通常作为观察通货膨胀水平的重要指标。由于食品价格因季节变化加大，而能源价格也经常出现意外波动，为了能更清晰地反映出整体商品的价格变化情况，一般将食品和能源价格的变化剔除，从而形成"核心生产者物价指数"，进一步观察通货膨胀率的变化趋势。

在美国，生产者物价指数的资料搜集由美国劳工局负责，他们以问卷的方式从各大生产厂商搜集资料，搜集的基准是每个月包含13日在内的该星期的2300种商品的报价，再加权换算成百进位形态，为方便比较，基期定为1967年。一般而言，当生产者物价指数增幅很大而且持续加速上升时，该国央行相应的反应是采取加息对策阻止通货膨胀快速上涨，则该国货币升值的可能性增大；反之亦然。

总之，PPI和CPI作为经济运行的核心指标，对国民经济和资本市场有着深远的影响。PPI、CPI的走势在某种程度上表明了整个经济运行的健康程度，并可作为预判未来国家宏观经济政策变化的重要指标。



银行偷走了你的钱吗？——负利率

负利率是指利率减去通货膨胀率后为负值。也就是说，你把钱存进银行里，过一段时间后，算上利息在内没有增值，反而贬值了。

把钱存在银行里，不但没有利息增值，反而赔钱，这是怎么回事呢？很多人说，我感觉不到自己的钱存在银行里会赔呀，怎么还会有负利率呢？难道银行还扣我的钱不成？明明存了一万元，利息按1%算，也会增值呀，怎么可能有负利率一说呢？这是很多不了解经济学的人的困惑。

的确存在负利率，而且你的钱存在银行里会贬值，为什么这么说呢？因为经济学上在计算收入的时候，分成名义收入和实际收入两种，所谓的名义收入，当然就是你账户上的钱了，你工资卡里的钱，这全都是名义收入。比如，你在银行里存了3000元，现在的物价上涨了10%，通货膨胀率为10%。你的实际收入就是名义收入3000元减去300元为2700元。假设利率为3%，那么你所获得的利息，在不扣除通货膨胀率的情况下，为90元。但要扣除通货膨胀率之后，就是2790元，所以你的3000元存在银行里，不会增值，实际价值只有2790元。当利率小于通货膨胀率的时候，就进入了负利率时代。

负利率的出现，意味着物价在上涨，而货币的购买能力却在下降，即货币在悄悄地贬值，存在银行里的钱也在悄悄地缩水。

虽然“负利率”问题已经明明白白地摆在了老百姓面前，但有着强烈“储蓄情结”的中国老百姓仍在“坚守”储蓄阵地。银行储蓄一向被认为是最保险、最稳健的投资工具，但也必须看到，储蓄投资的最大弱势是：收益较之其他投资偏低，长期而言，储蓄的收益率难以战胜通货膨胀，也就是说，特殊时期通货膨胀会吃掉储蓄收益。因此，理财不能单纯依赖“积少成多”的储蓄途径。在钱少的情况下，存几千元钱，负利率的效果体现不出来，你的损失也体现不出来，所以一般的老百姓也不会在乎。但在钱多的情况下，比如有几十万或者上百万财富的情况下，负利率

的效果就比较明显了。因为有大钱的人不可能把所有资金都闲着，闲置资金是有机会成本的，用一笔资金去投资所赚的钱，就是资金闲置的机会成本。

如果在负利率时代，把300万元钱存在银行里，假设通货膨胀率还是10%，利率还是3%，那么你得到的实际价值就只有279万元钱，损失有21万元。如果不放在银行里，拿去投资比如炒股或其他的项目，如果收益率为10%，那么自己的收益就有30万。所以在负利率时代，理性经济人是不可能把钱存在银行的。虽然小额储蓄影响不大，因为你会觉得即使损失也没有多少钱，但是道理却是一样的，小额储蓄一样会损失，如果拿出来买基金或股票来投资的话，虽然赚得也不多，但是总比损失要强。

面对负利率时代的来临，将钱存在银行里已不合时宜。对于普通居民来说，需要拓宽理财思路，选择最适合自己的理财计划，让“钱生钱”。负利率将会对人们的理财生活产生重大影响。以货币形式存在的财富如现金、银行存款、债券等，其实际价值将会降低，而以实物形式存在的财富如不动产、贵金属、珠宝、艺术品、股票等，将可能会因为通货膨胀的因素而获得价格的快速上升。因此，我们必须积极地调整理财思路，通过行之有效的投资手段来抗击负利率。你必须行动，不能坐等财产逐渐缩水。其实，负利率不可怕，最可怕的是你面对负利率却无动于衷。



为什么会有错觉？——货币幻觉

“货币幻觉”是一个经典的经济学术语，讨论的是通货膨胀导致的心理错觉，即通货膨胀发生时，实际购买力下降，货币不那么值钱了，但人们却有心理错觉。

“货币幻觉”一词是由美国经济学家欧文·费雪于1928年提出来的，是货币政策的通货膨胀效应。

“货币幻觉”在日常的投资生活中经常出现，人们通常理财的时候只盯住买的东西有没有升值，回收的钱是不是更多了，却往往忽视了“钱”本身代表的价值。最典型的例子就是当年的“万元户”称号，放在当前已经成为了“破落户”，如果按实际购买力来衡量，或许只有现在的百万富翁才能与当年的“万元户”相提并论，因为当年一万元能买一套房子，现在的百万富翁大概也只能买一套并不算得上好的房子，两者在购买力上并不见得有多少差别。

在理财生活中，货币幻觉随处可见，比如股票在完成拆分以后，变成了面值一元钱，投资者便非常容易接受，以为低价股票便宜，更值得投资。新股民往往更青睐低价股，认为低价股比高价股更安全，更容易获利。而事实恰恰相反，许多曾经的高价股在大盘从6000点跌到现在的2500点，其跌幅要远远小于指数，最明显的

就是贵州茅台。

在人民币升值的过程中，很多人认为持有人民币是最好的，但是却事与愿违：人民币只是相对于美元升值，而相对于欧元、英镑、澳元、加元等货币，人民币均处于持续贬值趋势。

“货币幻觉”实在是人们“不知货币真面目，只缘身在货币中”的典型表现。作为普通的投资人，理财的时候不应该只把眼睛盯在哪种商品价格降还是升了，花的钱多了还是少了，而应把大脑用在研究“钱”的购买力、“钱”的潜在价值还有哪些等方面，只有这样，才能真正做到精打细算，花多少钱办多少事。否则，在“货币幻觉”的影响下，“如意算盘”打到最后却发现自己其实是吃亏了。



带薪休假——职工福利

职工福利，是企、事业单位和机关团体为全体职工举办的集体生活福利设施、文化福利设施以及各项补贴制度的总称。它对方便职工生活，减轻职工负担，解决职工生活困难，提高职工生活水平，促进企业生产发展都有积极的意义。

职工福利是我国整个福利事业的一个组成部分，主要享受对象是在职职工，主要任务是满足职工的共同需要和特殊需要，主要作用发生在生活领域，但又同生产过程有着密切的关系。其内容是由它的对象、任务、目的所决定的，大致有三个方面：

为职工提供生活方便、减轻家务劳动负担而举办的集体福利设施，如职工食堂、托儿所、幼儿园、婴儿哺乳室、浴室、女职工卫生室以及宿舍等。

为满足职工的不同需要，减轻职工的生活开支而建立的福利补贴，如生活困难补贴、交通费补助、探亲往返车船费补贴、幼儿入托费补贴、房贴、取暖费、清凉饮料以及疗养费等。

为改善职工的文化生活，建设精神文明和企业文化而建立福利事业，如图书馆、阅览室、俱乐部、球场、游泳池、业余学校等。

在西方国家，企业也有不同程度的福利。从第二次世界大战起，欧美等国除了支付与劳动时间相应的基本工资之外，还出现了许多被称为边缘福利的形式。边缘福利也称补充工资或隐性工资。国际劳工组织在关于边缘福利的条款中，列举了下述项目：①由于加班劳动、轮班制的夜班及假日加班所增加的工资；②奖金及分红；③实物；④对未提供劳动的时间支付的工资（如年度带薪休假等）；⑤强制参加社会保险的保险费；⑥自愿参加社会保险的保险费；⑦直接津贴（婚丧津贴和离职津贴等）；⑧补助（负担社会福利设施的费用）。

如今的趋势是单位发福利卡，员工到福利卡的签约商户那里刷卡消费。有时也

会用点卡，到指定的场所，输入账号、密码就可以采购，至于如何消费则是自愿、自由的。这种福利卡涵盖商场、超市、百货、餐饮、娱乐等领域，预示了现代人生活的一种简约趋势。比如餐补、车补、话补、节假日补助等，都可以预存到福利卡中，目前中国各个城市也都有基于本地的福利卡商户体系。

另外，在谈论职工福利的时候，还需要弄清楚它与其他几个常见名词的区别，因为人们常常会混淆它们。

> 福利和津贴：津贴是对职工在特殊条件下的额外工作给予的补偿，如夜班津贴、职务津贴等，与福利相比，两者的最大差别是，津贴是以现金的形式固定发放的，而福利是非现金形式的报酬，如实物、股票期权、培训、带薪休假等，有较大的变动性。
>
> 福利、奖金和工资：福利可以看做工资外的收入。工资有一定的标准、制度，而相比之下福利就显得随意得多。奖金也是工资外的收入，但不能称为福利，因为它是按照贡献大小发放的，存在着竞争性，而福利与奖金相比，不论员工贡献大小，人人皆有一份，突出的是平等性。

弄清楚了这几个概念的区别后，我们就能更深入地认识职工福利。对于员工和企业而言，职工福利具有如下重要作用。

(1) 它是保证劳动力再生产的必要条件。随着生产的社会化，原来属于家庭的某些职能已经转化为社会的职能，职工某些必需的生活条件的提供也转化为社会的责任。如果不随着社会生产力的发展而逐步发展职工生活福利事业，就不能保证为职工提供必需的生活条件，从而就影响劳动力和物质资料的再生产。

(2) 它是满足劳动者日益增长的物质文化生活需要的重要手段，社会主义劳动者的基本生活需要主要来源于按劳分配所得的劳动报酬，但是，这仅仅是一个方面，还需要克服意外事件，满足文化娱乐、卫生等方面的若干需要，举办必要的职工福利事业，做一些必要补充。

(3) 它是方便职工生活的有效手段。职工福利为职工提供生活方便，减轻职工在生活琐事和家务劳动方面的负担，在遇特殊困难时给予必要的辅助，这些都有助于激发职工的积极性，促进生产的发展。

(4) 它是建设社会主义精神文明和企业文化的具体措施。职工福利在丰富职工文化生活、满足职工精神上的需要和建设企业文化等方面有着重要的作用。积极发展这一事业，可以促进职工努力提高自己的文化、科学技术和职业道德等方面的水平，进而提高整个职工队伍的素质。

随着经济建设的不断发展，我国企业已经普遍认识到职工福利与企业生产效率之间存在着密切的关系，已经将其视为企业的一项必不可少的、重要的人事管理工作。

在杭州市某县有一家从事皮手套生产的私营企业，规模在当地五六十家同行中首屈一指。2007年7月的一天早晨，本来是工作日，来自河南农村的几名外来女工，

却坐上了旅行社的豪华大巴，去宁波海边享受“带薪休假”。她们是该公司的普通员工，这是她们生平第一次去海边游玩。据该公司老总介绍，全体员工“5~7天的带薪年休假制度”是新推出的一项职工福利。在此之前，公司已实施带薪婚假、产假、丧假等制度。除去各种福利，还为员工提供各种补贴及保险。该单位的员工也说，公司为大家考虑得特别周到，在这里干活，大家觉得特别开心，可以找到“家”的感觉。该公司共有300多名员工，一年下来，员工流动率还不到1%，而行业内的流动率却高达20%~30%。与之相对的是，公司凝聚力不断加强，业务不断拓展，已经与数家外国公司签了订货合同。该私营公司为职工着想、关注职工福利的做法，已经取得了丰硕的回报。

随着我国经济的不断发展，企业对于职工福利已经越来越重视。相比之下，自私自利的企业家毕竟是少数，大部分企业在职工福利上做得还是到位的。越来越多的人已经形成这样一个共识：职工福利既可以促进企业自身的健康发展，又可以为构筑和谐社会做出应有的一份贡献。



老有所养——老年福利

“未富先老”，中国的老年人福利任重而道远。单纯依靠子女养老，依照现在的国情来看已经不大现实。必须广泛动员社会力量，才能从根本上解决我国越来越严重的老龄化问题。

老年人福利是指国家和社会为了安定老年人的生活、维护老年人的健康、充实老年人的精神文化而采取的政策、措施和社会公益服务。许多人会有一种模糊的认识，就是老年人拿了退休金，即算是享受老年人福利了。实际上，这种看法是相当狭窄的。我国已经制定了《中华人民共和国老年人权益保障法》，并初步搭建了一个基本的老年福利政策框架，包括了老年人的物质生活和精神文化生活的各个方面，而绝不仅仅是养老金这一项内容。

按照世界卫生组织的规定，一个国家或地区60岁以上的老年人口比例如果在10%以上，或者65岁以上老年人口的比例在7%以上，就认为这个国家或地区进入了老龄社会。1999年10月我国便提前进入人口老龄化国家的行列，60岁以上的老年人人口达到1.26亿，占全国总人口的10%，并以年均3.32%的速度持续增长。如今，我国60岁以上的老年人口达到了1.3亿，是目前世界上老年人口最多的国家，占世界老年人口的1/5和亚洲老年人口的1/2。

世界上大多数国家都有老龄化趋势，我国也已经进入人口老龄化国家的行列。各个国家都把老年福利作为福利制度的重要内容之一，并推行了许多行之有效的措施。

以西方的一些发达国家为例，它们的老年人福利是在全民福利的模式中逐步建

立起来的，基本上完全由政府开支。老年人除了可以享受公民的一切福利待遇以外，还可以享受社会提供给老年人的特有福利。美国、德国、瑞典、英国等都为老年人提供生活指导以及饮食配送。在瑞典，老年人乘坐公交车、上剧院、看电影、参观博物馆等都享受半价优惠。在对老年人来说尤为重要的医疗保健方面，美国提供住院和疗养性服务，德国、法国提供护理扶助，日本则有临终关怀医院等。需要指出的是，由于老年人平均寿命的延长，老年人的医疗和护理服务已成为衡量老年人福利水准的重要标志。老年人福利还包括精神文化生活，在这方面，许多国家对老年人的学校教育提供了很大的便利条件。法国由国家创办了多所老年大学，其开支均列入政府预算。瑞典国内所有的大学都对老年人开放。在巴西，大约有150所公立和私立大学招收老年大学生，规定60岁以上的老人不必参加高考就可以直接入校，当然，课程安排也相应地与常规不同。

与上述这些国家相比，我国的老年人福利差距立刻就显现出来了。近期有一项统计数据显示，在被调查的城市老人中，有98%的老人还在依靠自我养老，只有不到2%的老人由社区福利机构照顾。我国现有的老年人福利设施严重不足，社会福利机构的总床位数还不到老年人总数的1%，无法满足老年人养老需要，而且与发达国家3%~5%的比例相比，差距是相当大的。而在经济不发达的农村地区，农村老年人生活困难、缺医少药的现象还很普遍。我国存在着诸多欠缺，做得还远远不够。

那么，为什么在有着“尊老爱幼”悠久传统的中国，国家的老年人福利与其他国家相比会有着这么巨大的差距呢？归根结底，还要从我国的国情说起，它可以用四个字来表达，即“未富先老”。

我国还是一个发展中国家，虽然经济实力在不断增加，人均值却无法与发达国家相比。与此同时，我国60岁以上的老年人口已经超过人口总数的10%，据推测，到2015年，我国60岁以上的老年人口将超过2亿，约占总人口的14%。到了21世纪中叶，将达到4亿左右，占总人口的20%以上。面对这么多的老年人口，国家财政明显感到力不从心。一方面是老年人福利建设资金不足，另一方面是全社会老年人的福利需求在迅速增长，这一矛盾显得尤为突出。

面对这种形势，推广“老年人福利社会化”，即广泛动员社会力量，而不是像欧美发达国家那样主要依靠国家财政将势在必行。“社会化养老”主要包括：一是投资渠道要多元化，形成国家、集体、企业和个人的多渠道投资，发展多种所有制养老机构；二是服务对象要扩大，福利机构不能只是面对“三无”老人、“五保”老人，而要面对全社会的老年人；三是采用多种服务形式，过去基本上是“供养”，现在要通过各种社区服务的方式为老年人福利提供支持。只有将我国的实际情况与国际的先进经验接轨，中国的老年人福利才会形成自己的特色，才会建立起真正的“老有所养、老有所医、老有所乐、老有所学、老有所为、老有所助”的和谐社会，才能让老年人真正生活在如《桃花源记》所描述的美好生活之中。



从此不再看病难——医疗福利

三国时代的名将张飞，纵横捭阖，自认天不怕地不怕，在诸葛亮面前也敢拍胸脯。诸葛亮笑着问他："你真的什么都不怕吗？我看，你肯定有怕的东西。"张飞大声答道："我什么也不怕！"于是，诸葛亮在自己手心上写了一个字，悄悄递给张飞。张飞一看，顿时没了脾气，连声说："怕！怕！我怕！"

这位猛将怕的是什么？很简单，那个字是"病"。张将军勇猛异常，唯独怕病。《韩非子》中记载，蔡桓公也怕病，因为面有病色，面见神医扁鹊的时候，扁鹊劝他看病如果不及时就会发展成大病，蔡桓公不听，过了十天，他病入肌肤，扁鹊又劝他，他还不听，直到他病入骨髓的时候，自己才感觉到身体不适，想起扁鹊，扁鹊知道自己已经无能为力了，便收拾细软跑掉了，因为扁鹊认为这是司命所属，已经使小病发展成大病再也不能救了。蔡桓公因为不注意小病，最终丧命！

但是广大居民，尤其是农村居民，往往对小病不在意，不愿意去花那个钱。但往往很多小病都是一些重大疾病的隐患，直肠癌一开始表现都是痔疮的情况，很多当做痔疮治疗，几个月之后，如果还是不好，便血出现污色，痔疮都流血。这时，应该早去化验，如果继续按痔疮治疗，直到出现低分化的癌细胞，也就到了晚期了。所以，我们不要因为小病就放松对它的治疗，以致恶果的发生。

在现实生活中，"病"是人们最不愿提起的一个字，它不但让人的身体和精神饱受折磨，也在经济上带来损失，让很多家庭背上了沉重的债务。所以，我国目前的医疗体制改革也已经到了扭转方向的时候了，这一点是大众的心声。医改的公平性与公益性是时代的要求，也是也是广大老百姓共同的期望。

我国现行的医疗福利体系是由不同历史时期形成的方案拼凑而成的。由此也就形成了现有医疗保障体系的最大特征：几套体系平行运转，相互分割。政府公务员享受公费医疗制度，城市有城镇职工医疗保障和城镇居民医疗保障两个体系，乡村又有新农合体系。这样整个医疗保障体系形成了多重分割：城乡分割、身份分割，地域分割。

这导致一个结果：政府为民众医疗投入的财政资金，未能公平地使用。因为不论是门诊还是住院，公费医疗、城镇职工医疗保险、居民医疗保险与新农合的报销比例和额度依次降低，而这四个群体的收入同样是依次降低的。这样一来，收入高的人得自财政的补助反而更多。这样的结果，违背了社会福利政策的初衷。

目前，我们的医改政策不仅在于创造更多的医疗资源，还在于将这些资源公平地为全民享有，以此实现医疗福利的增进。从这一目的来看，农村是我国医疗资源

最为缺乏的地方，农民是我国医疗保障最为缺少的群体。

前不久陕西省神木县施行了“全民医保模式”，目的是着眼于广大老百姓医疗福利的推广。显然，为真正落实“人人享有基本生活保障”、“城乡统筹”等原则，有条件的地方还可以进行更深一步的跨越。此前公布的医改方案也提出了医疗福利“均等化”的原则。也就是说，财政的基本原则与平等的宪法原则要求逐渐统一目前相互分割而待遇悬殊的医疗保险体系，将所有人员，不论其为公务员还是普通工人，不论其为城市人口还是农村人口或流动人口，都纳入统一的国民医疗保险体系中。这应当是医疗保障制度改革的基本目标。唯有这样，才是真正合乎政府建立医疗保障体系的基本原则，也才是合乎财政的基本原则。



安得广厦千万间——住房福利

“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜，风雨不动安如山！”

这是杜甫的千古绝唱——《茅屋为秋风所破歌》中的诗句。公元759年冬末，为躲避安史之乱，杜甫流亡到成都。第二年春天，在友人的帮助下，在风景秀丽的浣花溪畔盖起了一座茅屋。诗人十分喜悦，在这里居住四年，留下诗作240余首。不料，最终在一个深秋，风雨大作，屋破雨漏，杜甫长夜难眠，遂写下了这一名作。诗人潦倒至极，然而在诗中，依然表现出身处窘困却心念天下黎民的胸怀。让杜甫没有想到的是，他自伤贫困的一句诗仍是千百年后现代人内心的真实写照。

“民以食为天，家以居为先”。住房，是一项基本的生活需求。时至今日，住房问题依然是中国百姓普遍关心的一个严峻话题。特别是进入21世纪以来，人们对于房产的改革，越来越关注，甚至到了街头巷尾无不议论的程度。

1978年9月，城市住宅建设会议在北京召开，改革开放的总设计师邓小平同志说：“解决住房问题能不能路子宽些，譬如允许私人建房或者私建公助，分期付款，把私人手中的钱动员出来，国家解决材料，这方面潜力不小。”

党的十一届三中全会召开后，针对住房问题，邓小平同志再一次说：“城镇居民个人可以购买房屋，也可以自己盖，不但新房可以出售，老房子也可以出售，可以一次付款，也可以分期付款，10年、15年付清。住宅出售后，房租恐怕要调整，要联系房价调整房租，使人们考虑到买房合算，对低工资的职工要给予补贴。”

1997年，中国的住房改革正式上路。国务院提出建立“以经济适用房为主的多层次住房供应体系”，由此终结了推行几十年的福利分房制度。紧接着，众多工厂职工掏钱购买自己租住的单位房屋。中国由此飞速进入了“住宅私有化”的时代。大约在2000年，中国房地产市场开始进入“市场化、民营化”的阶段，而房价也踏上

了飞速上涨的历程。然而此时，保障性住房并未按照国务院当年的要求，成为城镇住房市场的主体。这导致低收入和高房价的矛盾越来越深，太多的普通百姓陷入到只能看、不能买的境地。

有一种观点认为，房价的上涨归结于住房的刚性需求。从马歇尔的《经济学原理》到萨缪尔森、斯蒂格利茨的《经济学》以及中国权威学者所编的经济学教科书中，都找不到"刚性需求"这一术语。很显然，这是中国"经济学家"对现代经济学的独特贡献。刚性需求是什么，简单举个例子，中国未来有2亿多农民要成为城里人，他们需要房子，这是刚性需求，因为刚性需求的存在，中国的房价肯定会长期上涨。稍微有点经济学基本常识的人都知道，经济学里所讲的需求，不仅是有效需求、真实需求，而且是在"预算约束下"在一定时间内的需求。而我们的这些"经济学家"，在谈刚性需求的时候，却把经济学里关于需求的概念忘得一干二净，只讲需求，不讲居民的收入，不讲在什么时间内的需求。

高昂的房价，直接影响到人们的生活。最简单、最直观的一个现象就是，男大当婚，女大当嫁，可是，有多少爱情死于房价？虽然两者之间没有直接关系，但不可否认的是，不管什么时候，结婚总得有住的地方吧。中国有一个历史悠久的传统，老百姓都讲"盖房子娶媳妇"，在现代化的城市里，这演变成"买房子结婚"。然而，一套房子的价格对大多数年轻人来说，称得上一个天文数字。再者，人们的生活除了住房之外，还有孩子的上学和老人的健康，这两者都需要做很大的储备，人们不可能把钱全都存到房子里。在这样的情况下，人们对保障性住房的渴求就不难理解了。

"社会保障性住房"，是指由政府投资兴建或收购的，限定建设标准、供应对象和销售价格或租金标准，具有保障性质和特定用途的住房。保障性住房与市场上的商品房相比，一个为了公益，一个为了赢利，有着本质的不同。对于老百姓而言，保障性住房的最大特点当然就是便宜、实惠。

实际上，在10多年前的住房改革中，保障性住房就已经被定为主角，但由于各种原因，它一直站在中国房地产这个大舞台的边缘。现在，在中国楼市甘当了10多年配角的保障性住房，终于等来了"变换角色"的时刻。

2006年5月，国务院发布《中华人民共和国测绘成果管理条例（修订草案）》，提出6条房产调控纲要，明确重点发展中低价位、中小套型普通商品住房、经济适用住房和廉租住房。2007年8月8日，国务院下达《关于解决城市低收入家庭住房困难的若干意见》，明确提出"进一步建立健全城市廉租住房制度"、"改进和规范经济适用住房制度"以及"逐步改善其他住房困难群体的居住条件"。2008年，各地政府推进保障性住房建设的力度进一步加大。这表明，买不起商品房的老百姓，有望借助保障性住房来满足自己基本的生活需求，实现并不奢华的住宅梦想。相信随着保障性住房的推广，"广厦千万间，百姓俱欢颜"的梦想，离我们将会越来越近。



是什么在损害整个社会的福利？——分利联盟

美国经济学家奥尔森认为，分利联盟的频繁活动会降低社会效率，造成经济停滞。

分利联盟是指由一批希望采取集体行动提高自身福利而不惜损害社会利益的个人所形成的组织或者集团。奥尔森认为，在边界不变的稳定社会中，会逐渐出现愈来愈多的分利联盟。这正是导致国家衰亡的关键要素。

尽管从逻辑上讲，通过提高整个社会的福利来增进利益集团每个成员的福利是一种可行的途径，然而更为有效并且也更为普遍的做法是，尽可能为本集团成员争取社会福利中的更大份额。许多人用“切蛋糕”或“零和博弈”来描述社会福利分配中“均”与“不均”的问题。其含义是，社会福利的总量是既定的，有人多得了就必然有人少得。在奥尔森看来，这种描述未免过于客气，恰当的比喻应该是：一群人一齐冲进了瓷器店，争抢瓷器，结果是，尽管某些人多拿了一些，但是在争抢的过程中打碎了一些大家本来可以分到手的瓷器。由此可见，分利联盟的活动不可避免地会损害整个社会的福利和经济增长。

“寻租”（rent-seeking）行为，不过是对分利联盟之自利活动的另一种表述罢了。分利联盟可以通过寻租活动影响经济政策的制定，改变收入再分配的方案，从而增加分利联盟自己的收入。这些政策包括税收、补贴政策，禁止企业进入、禁止资金和人才的流动，建立关税和非关税壁垒的保护主义政策等。

在拆迁这个问题上，房地产开发商可能跟某些政府官员形成了一个分利联盟。要拆迁的鼓楼大街等地方具有很强的文化遗产的性质，保护好这些文化遗产是一种公共利益。但是因为有分利联盟的存在，他们从拆迁中可以捞取大量的经济利益，再加上其拥有强大的政治与经济资源，公共的文化利益就要为狭隘的经济利益让路，拆迁就是不可避免的了。而且，分利联盟总是要为掩盖自己的行为打出冠冕堂皇的旗号，正如历次拆迁中所提出的或者为了促进经济发展、改善居民居住条件，或者为了拓宽城市道路、缓解交通压力，或者为了更好地保护文化遗产等充分的理由。

达成利益共识，建立一整套规章制度来保证集体行动的实施，以实现那些表现为集团利益的个人利益，这是一个耗时耗力的长期的博弈过程。这需要一定的前提条件。社会和政治的稳定，很自然地成为促使拥有潜在共同利益的社会成员结盟的必要甚至是充分条件。奥尔森认为，英国长期以来既没有受到专制统治，也没有遭到外敌入侵和革命动乱，但是这个在社会和政治上超稳定的国家，20世纪的经济发展速度比其他西方发达国家缓慢得多。其原因就在于长期以来形成的强大的分利联

盟在作祟。长期以来，这些获得了垄断地位的组织或者行会在日益壮大的同时，也越来越保守僵化。这些分利联盟拒绝对变化迅速的环境做出反应，决策迟缓，行动迟钝，对一切可能威胁到自己既得利益的创新一概排斥，并且不惜为了自身的特殊利益而牺牲全社会的利益。这个社会陷入了一种僵化的均衡局面。奥尔森将这种现象称为“制度僵化症”。



穷人和富人的差距有多大？——基尼系数

近年来，我国经济生活中，在国民经济整体快速发展的同时，不同行业、不同地区、不同个人之间的社会收入分配差距明显拉大，引起了社会各界人士的广泛关注。基尼系数也随之成为当前我国经济生活中最流行的经济学术语之一。

世界银行曾经发表了一份数据，最高收入的20%人口的平均收入和最低收入20%人口的平均收入，这两个数字的比，中国是10.7，美国是8.4，俄罗斯是4.5，印度是4.9，最低的是日本，只有3.4。

“基尼系数”即“基尼稠密度系数”，是一种测量收入分配不平等程度的统计指标，是由意大利统计学家科拉多·基尼于1912年根据洛伦茨曲线的研究方法而提出来的。

基尼系数主要是用来定量测定收入分配的差异程度，国际上把它作为综合考察居民内部收入分配差异状况的一个重要分析指标。

其经济含义是：在全部居民收入中，用于进行不平均分配的那部分收入占总收入的百分比。基尼系数最大为“1”，最小等于“0”。前者表示居民之间的收入分配绝对不平均，即100%的收入被一个单位的人全部占有了；而后者则表示居民之间的收入分配绝对平均，即人与人之间收入完全平等，没有任何差异，但这两种情况只是在理论上的绝对化形式，在实际生活中一般不会出现。因此，基尼系数的实际数值只能介于0~1之间。

2006年，城镇居民中20%最高收入组（25410.8元）是20%最低收入组（4567.1元）的5.6倍；农村居民中20%最高收入组（8474.8元）是20%最低收入组（1182.5元）的7.2倍。

根据世界银行公布的数据显示，中国居民收入的基尼系数已由改革开放前的0.16上升到目前的0.47，不仅超过了国际上0.40的警戒线，也超过了世界所有发达国家的水平。

在0~1的变化区间内，基尼系数的值越大，说明收入分配越不平等。在具体通过基尼系数反映收入差距的状况时，一般认为，基尼系数在0.2以下，表示绝对平

均；在0.2~0.3之间，表示比较平均；在0.3~0.4之间，表示较为合理；在0.4~0.5之间，表示差距较大；在0.5以上，表示差距相当悬殊。在现实实际中，按国际上多年测量的数据计算，它的取值范围一般在0.2~0.6之间。



用什么来衡量居民生活水平的高低？——恩格尔系数

过去，中国人见面总是习惯性地问对方："吃饭了吗？"但是随着经济的发展，"吃饭了吗？"逐渐被"你好！"所代替。这主要是因为人们在饮食方面的支出越来越小，而在娱乐、出行等方面的消费比例越来越大了。这种现象被称为"恩格尔系数"降低了。

恩格尔系数是指食品支出总额占个人消费支出总额的比重。

19世纪中叶，德国统计学家、时任普鲁士统计局局长的恩斯特•恩格尔对153户比利时家庭的家庭预算和支出进行分析后发现，随着收入的增加，或者伴随人们富裕程度的上升，其家庭用于购买生活必需品的开支占总支出的比重会下降，用于非必需品方面的支出占总支出的比重会上升。在生活必需品中，食品占据了较大的比例。他指出："越是贫穷的家庭，其消费支出中食品开支比重就越大。"由此，人们把恩格尔关于"越是贫穷的家庭，其消费支出中的食品开支比重就越大"的表述称之为"恩格尔定律"，把家庭食品开支在消费支出中的比重称为"恩格尔系数"。但在具体数据的应用上，由于较难确定"生活必需品"的概念，人们一般以食品开支代替"生活必需品"。

"民以食为天"，吃是人们获得生存的首要条件，只有这一层次的需求获满足后，消费才会向其他方面扩展。因此，食品支出的比重从一个侧面反映了生活水平的高低。人们普遍认为：恩格尔系数的下降是一个国家或地区经济发展和居民生活水平提高的重要标志。一般而言，发达国家的恩格尔系数要低于发展中国家的恩格尔系数，而在同一个国家或地区中，收入水平高的居民群恩格尔系数相对要低一些。经济学者奥珊斯基和钱纳里分别从国家宏观层面和家庭微观层面验证了恩格尔系数和恩格尔定律的普适性。

20世纪70年代中期，联合国粮食及农业组织将恩格尔系数作为衡量一个国家和地区富裕程度的标准之一：恩格尔系数在59%以上为贫困，50~59%为温饱，40~50%为小康，30~40%为富裕，低于30%为最富裕。联合国粮农组织的这一举措，使恩格尔系数成为评价国家或地区生活水平高低的重要标准之一，恩格尔系数和恩格尔定律得到了广泛的认同。

但是，恩格尔系数这个衡量指标并不是万能的，它有时会制造一些假象，出现失灵的情况。例如，在我国特别是贫穷地区，人们长期以来形成了"勒紧腰带过日

子”的习惯。这种习惯会降低恩格尔系数，但人们的生活水平并没有提高。众所周知，在家庭收入不增加或增加十分有限时，家庭总支出的规模基本不变，但由于诸如学费、电费、水费、医药费、燃气费等刚性支出的急剧增加，一个现实的选择就只能是压缩食品支出。这种情况在中国特别是西部落后地区尤为普遍，为了应付急速增长的学费、药费和电费等刚性开支，“省吃俭用”成为中国百姓的通常选择，与其说这是中国人的一种美德，不如说是一种无奈。正是这种无奈，直接导致收入与恩格尔系数“双低”现象的产生。此外，不同地区的消费习惯也会影响恩格尔系数。“穿在上海，吃在广东”，是对上海和广东两地消费习惯的高度概括。广东的恩格尔系数较高，与这种历史上形成的消费习惯不无关系。恩格尔系数恰恰忽略了消费习惯的差异。

因此，在我国运用这一标准进行国际和城乡对比时，要考虑到那些不可比因素，如消费品价格比价不同、居民生活习惯的差异以及因社会经济制度的不同而产生的特殊因素。对于这些横截面比较中的不可比问题，在分析和比较时应做相应的剔除。

中国商业联合会、中华全国商业信息中心于2009年9月14日披露的中国成立60年商贸流通业发展情况显示，中国城乡居民生活水平已由温饱迈向小康，食物消费支出在居民家庭消费支出总额中所占比重相比改革开放初期大幅下降。根据统计，城镇居民恩格尔系数由1978年的57.5%下降到2008年的37.9%，下降了19.6个百分点；农村居民恩格尔系数由1978年的67.7%下降到2008年的43.7%，下降了24个百分点。

另外，在观察历史情况的变化时要注意，恩格尔系数反映的是一种长期的趋势，而不是逐年下降的绝对倾向。它是在熨平短期的波动中求得长期的趋势。



如何衡量一个国家的综合实力？——综合国力

2008年，世界综合国力排行榜如下：

无论是什么排名，无论怎么排，美国几乎总是以所有的绝对优势排在第一位，遥遥领先于其他国家。

俄罗斯排在第二，国力资源中只有自然资源处于一定的优势，而在技术力、人力资本、资本资源和信息力上都处于相当的劣势，主要是这两年经济的快速发展带来了国力的上升。

排在第三位的英国，在资本力、信息力、人力资本和技术力上有一定的优势，在自然资源上水平一般。

法国排名第四，其国力资源排在第六位，科技力和人力资本一般，资本力、信息力较强，而自然资源相对比较落后。

中国（大陆）综合国力排在第五位。中国国力资源的发展优势在于有丰富的劳动力资源、充裕的资本资源、长期稳定的国内环境、稳中求进的政府政策方针等，劣势在于落后的技术水平、劳动力质量低、信息力落后、支持创新体系的制度、环境和基础设施不配套，整体上国力资源处于落后的位置。在中国国力系统中，外交力、军事力较强，政府调控力也排在第四位，经济力排在第六位，而国力资源只高于俄罗斯与印度，国力结构不均衡。

日本排在第六位，其国力资源很强，仅次于美国，除自然资源外在所有项目上都排在较高的位置。

综合国力（National Power）是衡量一个国家基本国情和基本资源最重要的指标，也是衡量一个国家的经济、政治、军事、技术实力的综合性指标。如何界定和衡量一个国家的综合国力或战略资源，国际上尚无统一的定义和计算方法。

阿什利·泰利斯将国家实力定义为两个分量相互作用的产物，即一个国家在给定时间上具有掌握经济创新周期的能力，并利用这种控制能力形成有效的军事能力，反过来创造一个稳定的政治环境，加强现存的经济优势，也为保持国家的战略优势以及从国际体系中获益提供基本条件。概言之，综合国力可以简单地定义为一个国家通过有目的的行动追求其战略目标的综合能力。我们将国家战略资源定义为一个国家实现本国战略目标所可以利用的，现实的和潜在的关键性资源，它们反映了一个国家在全球范围内利用各种资源的能力，也反映了该国的综合国力。

国际关系学者肯尼思·华尔兹把实力定义为各种能力的分布。实际上，综合国力就是国家战略资源的分布组合，被动员和利用来实现一个国家的战略目标。我们所称的综合国力，一般指的是各类国家战略资源之总和；而国家战略资源一般指的是某一类战略资源。

2006年1月5日，中国社科院世界政治与经济研究所发布了新的世界经济和国际形势两本黄皮书，其中名为《2006年：全球政治与安全报告》的国际形势黄皮书，对世界主要大国的综合国力进行了比较，中国排名第六，排在美、英、俄、法、德之后，日本排名第七。2007年，中国排名第七，排在美国、俄罗斯、日本、德国、法国、英国之后。

中国社科院世界政治与经济研究所研究员王逸舟后来说，“综合国力”的评估项目包括了自然资源、国内经济、进出口贸易、科技、军事、政府调控能力、外交、社会发展能力等八项。他说，这个概念曾由美国人提出，但目前只有中国等少数几个国家在使用。

“我们世界第五”，这个名次不低。对于中国这样一个有着数千年文化传统、又在近代遭列强欺侮，变成列强们争夺瓜分对象的古老国度，“落后就要挨打”曾成为人们理解国际关系的思维模式，在中国改革开放后经济崛起国力大增后，“世界

排名”自然成为中国人一个无法摆脱的心理情结。

当代世界各国综合国力的水平较之过去已经有了巨大的发展，综合国力的体现或显现已不像原来那么简单，而是各方面因素的全面体现。综合国力不单是指某一种力量或因素，而是多种因素或各种因素的综合。因而“综合”几乎成为研究综合国力的最基本的方法。采用何种综合定量的方法能够准确而充分地反映综合国力的状况或水平，对于这一问题目前并没有一个肯定的答案，或没有得到根本的解决。但是广大学者在对综合国力的研究过程中，已经提出或建立了一些比较简单易行的定量方法。随着对综合国力研究的不断系统和深入，这一问题将会逐步得到解决。



几家欢乐几家愁——人民币升值

人民币从2007年开始一直不断升值，2008年更是突破了对美元1:7的关口。从1994年人民币改革以来，这是中国人民币迫于国内外压力第一次大规模升值，对于人民币的升值，有的人认为是好事，而有的人认为是坏事，不同的人有不同的看法。那么，人民币升值到底是好是坏呢？对于普通百姓来说有多大影响？该如何对待人民币升值呢？

有的人认为人民币升值了，钱值钱了，老百姓出国旅游、买原装进口汽车、瑞士表更便宜了，大企业到国外吞并企业成本降低了……美国为什么下大力气逼迫人民币升值？难道美国人傻吗，让自己国家的钱不值钱？其实我们从日元相对美元的升值就能看到其中的道理。1985年美、英、法、前联邦德国在纽约广场饭店举行会议，迫使日本签下了著名的《广场协议》，签字之前美元兑日元在1美元兑250日元上下波动，《协议》签订后，在不到3个月的时间里，快速下跌到200日元附近，跌幅达20%。1987年最低到达1美元兑120日元，在不到3年的时间里，美元兑日元贬值达50%，也就是说，日元兑美元升值一倍。日本人当时也以为自己一夜之间成为了富翁，但事实却是日本的经济所遭受的打击用了20年也没有缓过劲来！

人民币升值对富人的好处确实是显而易见的，如人民币对美元升值，以前8.5元人民币换一美元，现在不到7元就可换到，到国外去玩、购置产业就更廉价了，显而易见，富人手里的钱更值钱了。张老板就是对人民币升值津津乐道的人，因为这次他去美国旅游，花了更少的钱却享受了同样的服务，以前他住旅馆的费用是一万，现在八千就下来了。而且他还购买了大量的商品带回国内，张老板感慨美元贬值，人民币升值对他这样的人带来了诸多好处。

人民币升值就意味着人们手里的钱更值钱了。以前8.5元人民币才能兑换一美元，现在7元就可以兑换一美元，根据购买力平价理论，每一单位货币在不同的国家应该买到同样数量的商品。一元人民币在中国可以买一个苹果，在美国也照样可

以买一个苹果。一美元在美国可以买8个苹果，在中国也照样可以买8个苹果。但现在人民币升值了，一美元只能兑换7元人民币，在中国可以买7个苹果，那么中国7元人民币就可以换1美元，在美国却可以买8个苹果。对于有钱的人可以去国外旅游的人而言，人民币升值的确好处很多，他们可以用同样的人民币换取更多的美元，可以在国际上买更多的商品。

与张老板不同的是，刘老板的日子却因为人民币升值而变得异常艰难。刘老板是做进出口业务的，有一个出口公司，每年采购商品向国外发货。由于人民币升值的影响，刘老板的订单不但减少了很多，而且美国客户多以美元结算，结算后换得的人民币就更少了，然后用换取的人民币去采购货物，发觉物价还上涨了，而美国客户的价格没变，再换回人民币后发觉利润越来越微薄。

人民币升值对出口企业是最不利的，因为同样的商品要换取美元，再兑换回人民币，而美元却是相对贬值的，比如10万美元可以换取80万人民币，但现在10万美元只能换取70万人民币。同样的价格，由于人民币的升值，收入却凭空减少了10万人民币。与此同时，人民币的升值反而影响到国内商品的价格，刘老板也不明白，不但自己换回的钱少了，而且货物的采购成本也提高了，这是怎么回事呢？

一般老百姓在新闻上听说人民币升值了，觉得钱应该更加值钱了呀，但自己在买商品的时候，发觉钱不但没有值钱，反而不如以前了。原来可以一元钱买一斤白菜，而现在却1元5角买一斤白菜，这样看来自己的钱反而更不值钱了。

这是因为人民币升值，会导致更多的人愿意持有人民币，一般老百姓感觉不到，似乎升那么一点值对自己没什么影响，但是持有大量资金的个人或金融机构对此却是十分敏感的，哪怕只是升值那么一小点。他们的财富便可以因此增加或减少很多。比如一个人拥有80亿人民币，他原来可以兑换成10亿美元。但现在人民币升值后，他只用70亿就可以兑换10亿美元，白赚了10亿人民币。由于人民币升值的趋势一直高涨，所以未来对人民币的预期会更加乐观，认为还会继续升值下去，于是大量的外币机构开始储备人民币。人民币需求越大，其价值就会越来越高。而大量的人民币必然会涌进中国市场，因为只有中国消费人民币。这样便会在中国造成通货膨胀，使物价上涨，所以人民币升值后对普通老百姓而言，并没得到太多好处，尤其对出口商打击很大，但像富裕的张老板那样喜欢去国外旅游购物的人却比较欢迎人民币升值。总而言之，人民币升值有利也有弊，它是一把双刃剑，我们要谨慎而理性地看待它。



为什么贫者越贫，富者越富？——马太效应

这是《圣经·新约·马太福音》中的一个故事：

> 一个国王远行前，交给三个仆人每人一个金币，吩咐他们："你们去做生意，等我回来时，再来见我。"国王回来后，他把三个仆人叫到面前，想知道他们赚了多少钱。第一个仆人说："主人，你交给我的一个金币，我已赚了10个。"于是国王奖励了他10座城邑。第二个仆人报告说："主人，你给我的一个金币，我已赚了5个。"于是国王便奖励了他5座城邑。第三个仆人报告说："主人，你给我的一个金币，我一直包在手巾里存着，我怕丢失，一直没有拿出来。"于是国王命令将第三个仆人的那个金币赏给第一个仆人，并且说："凡是少的，就连他所有的，也要夺过来。凡是多的，还要给他，叫他多多益善。"

20世纪60年代，这种"贫者越贫，富者越富"的现象被社会学家罗伯特·莫顿归纳为马太效应。今日我们回过头来看看，突然发现，上帝似乎把这种现象撒播得无处不在。

富人享有更多的资源：金钱、荣誉以及成功，穷人却变得一无所有。在人类资源的分配上，《马太福音》中所预言的"贫者越贫，富者越富"现象更是十分明显。

有人曾经问过这样一个问题：处于经济黄金时期的美国人是越来越富了，还是越来越穷了呢？这个听起来近乎可笑的问题却有一个让许多美国人深思的答案：相对而言，富人更富，穷人更穷了。

现在美国民众蓦然发现，在一片繁荣的喧嚣中，贫富之间的大峡谷正在无声地裂开，而且越裂越宽。

据美国华盛顿预算及政策研究中心和经济政策研究所发表的报告：在20世纪90年代末，美国收入最高的家庭平均年收入137000美元（税后）左右，而最穷的家庭平均年收入为13000美元，不到高收入家庭收入的1/10。调查还发现，最穷的家庭在过去的10年中收入增长不到1%（扣除通货膨胀因素以后），而最富的家庭收入增长了15%。美国前三名巨富（比尔·盖茨、沃伦·巴菲特和保罗·艾伦）个人财产的总和更是超过了全球43个最穷国家国民生产值的总和。种种数据显示，美国财富的聚集度已达到了20世纪30年代经济危机以来的最高水平。统计还表明，目前最富有的国家占有全球85%的国民生产总值。20世纪60年代以来，最富有的国家与最穷困的国家之间的差距扩大了一倍。

不仅国家和地区的财富如此，个人的财富也是如此。电影导演史蒂芬·斯皮尔伯格1994年赚进了1.65亿美元；加梅，美国收入最高的律师，赚取了9000万美元。而众多拥有同样才干的电影导演和律师，往往只能赚到这些额度的极小一部分。

企业界同样摆脱不掉这样的规律。比如金融危机前的美国汽车市场，通用和福特双雄并立，稳定的业绩和利润能够保证其生存不出现问题，而排名第二的克莱斯勒就一直在生死线上挣扎。虽然艾科卡一度给这个公司带来辉煌，但终究还是"人算不如天算"，几经沉浮之后，终于被奔驰公司收购。一个成熟的市场往往被市场占

有率第一、第二的企业所主宰，大多数公司都很难避免被淘汰出局的命运。

“穷者越穷，富者越富”的现象几乎存在于整个社会生活的各个方面，是我们每个人都不可避免地要面对的事实。

美国人山姆看起来是个“抠门”的老头儿，因为他每次理发都只花5美元——当地理发的最低价。他过着最简朴的生活，他穿一套自己商店出售的廉价服装，开着一辆破旧不堪的小货运卡车上下班，车后还安装着关猎犬的笼子，戴着一顶折价的棒球帽。从表面看上去，他和普通人一样，但是这个老头很随便地就捐出了1亿美元。他何以如此慷慨？因为他是全球第一商业帝国沃尔玛的主人。

亚马逊网上书店的老板杰夫·贝索斯的资产上亿美元，却驾驶着一辆破旧的本田轿车，并公开赞扬节俭。他曾经宣称：“我不认为财富真能使人改变。”但说过这句话不久，他就迁离了在西雅图闹市区的900平方英尺（约84平方米）的住处，搬进位于麦迪纳林阴郊区滨河的千万美元的豪宅。同样住在此地附近的人士还包括微软公司的几位亿万富翁：比尔·盖茨、乔·谢利、纳森·米尔沃德。此后，7000平方英尺（约650平方米）看来也嫌小了，贝索斯于是决定将新宅扩建。而同时，在纽约的布鲁克林区，领着失业救济金的黑人妇女马吉娜却在为自己不足150平方英尺的房子是否会容得下几个孩子睡觉而发愁。

无论人们如何否认，富人和穷人之间巨大的不平等已经呈现在我们面前，而且愈演愈烈——贫者越贫，富者越富。

> 黑洞效应与马太效应相似。在宇宙中，一些大质量的物体在发生坍塌之后，会形成一个致密的点，由于它的质量非常大，所以产生的引力也非常大，大到连光线进去之后也无法逃出来，于是就形成了一个黑洞。而且不断被吞噬进去的物质和能量又反过来成为黑洞的一部分，使得黑洞产生更大的吸引力。

黑洞效应就是一种自我强化效应，当一个企业达到一定的规模之后，也会像黑洞一样产生非常强的吞噬和自我复制能力，把它势力所及的大量资源都吸引过去，而这些资源使得企业更加强大，形成一个正向加速循环的旋涡。

黑洞效应使得资源和资本聚集，是产生社会贫富差距的原因之一。



为什么要持有外汇？——外汇储备

> 中国已经连续三年处于外汇储备世界第一位，2009年上半年中国外汇储备已经达到2.1万亿美元。中国是全球第一个超过2万亿美元外汇储备的国家，独占全球外汇储备30%。外汇储备作为一把“双刃剑”，并非越多越好。因为外汇储备过多，不仅会付出高昂的机会成本，造成宝贵外汇资源

的闲置和浪费，而且还会加大通货膨胀和本币升值的压力，给国民经济的发展带来消极和负面的影响。

外汇储备又称为外汇存底，是指一国政府所持有的国际储备资产中的外汇部分，即一国政府保有的以外币表示的债权，是一个国家货币当局持有并可以随时兑换外国货币的资产。狭义而言，外汇储备指一个国家的外汇积累；广义而言，外汇储备是指以外汇计价的资产，包括现钞、黄金、国外有价证券等。外汇储备是一个国家国际清偿力的重要组成部分，同时，对于平衡国际收支、稳定汇率有重要的影响。

外汇储备的主要形式有政府在国外的短期存款，以及其他可以在国外兑现的支付手段，如外国有价证券，外国银行的支票、期票、外币汇票等。第二次世界大战以后很长一段时期，西方国家外汇储备的主要货币是美元，其次是英镑，20世纪70年代以后，又增加了德国马克、日元、瑞士法郎、法国法郎等。为了应付国际支付的需要，各国的中央银行及其他政府机构所集中掌握的外汇即为外汇储备。它同黄金储备、特别提款权以及在国际货币基金组织中可随时动用的款项一起，构成一国的官方储备（储备资产）总额。外汇储备的主要用途是支付清偿国际收支逆差，还经常被用来干预外汇市场，以维持本国货币的汇率。

在国际储备资产总额中，外汇储备比例不断增高。外汇储备的多少，从一定程度上反映了一国应付国际收支的能力，关系到该国货币汇率的维持和稳定。它是显示一个国家经济、货币和国际收支等实力的重要指标。

外汇储备的功能主要包括以下四个方面。

一是调节国际收支，保证对外支付。

二是干预外汇市场，稳定本币汇率。

三是维护国际信誉，提高对外融资能力。

四是增强综合国力和抵抗风险的能力。

一定的外汇储备是一国进行经济调节、实现内外平衡的重要手段。当国际收支出现逆差时，动用外汇储备可以促进国际收支的平衡；当国内宏观经济不平衡，出现总需求大于总供给时，可以动用外汇组织进口，从而调节总供给与总需求的关系，促进宏观经济的平衡。同时，当汇率出现波动时，可以利用外汇储备干预汇率，使之趋于稳定。因此，外汇储备是实现经济均衡稳定的一种必不可少的手段，特别是在经济全球化不断发展，一国经济更易于受到其他国家经济影响的情况下，更是如此。

外汇储备作为一把“双刃剑”，并非越多越好。因为外汇储备过多，不仅会付出高昂的机会成本，造成宝贵外汇资源的闲置和浪费，而且还会加大通货膨胀和本币升值的压力，给国民经济发展带来消极和负面的影响。在当前经济全球化时代，任何一个开放的经济体，适量的、结构合理的外汇储备都具有至关重要的作用。



唐骏身价10亿为什么不买房？——租房PK买房

随着房价不断上涨，消费者逐渐分化为买房团和租房族两类群体。把钱交给房东与交给银行，到底哪一个更划算呢？

唐骏被称为中国最贵的职业经理人，但是目前他还在租房子住。正当辛苦打拼的青年们为买房而奋斗的时候，唐骏这个被新华都花十亿代价请来的“打工皇帝”却对拥有自己的房子不屑一顾。他不买房子却以年租金150万的价格租房子住。

他的租房理念是这样的，在采访中他这样说道：“从经济角度来说，我每个月10万块的租金，2万块的消费，差不多每个月都是这样，一年就150万左右；然后对比一下上海新天地边上200平米的房子，像目前我租住的这种最好的地段，要卖2000~2500万，条件还不如这里——它的大堂肯定不是带空调的，走廊和电梯也不是，而这里就是全程带空调的。2500万每年的利息就是500万，我住这里150万一年，我赚了350万。”

唐骏是个典型的投资人，他认为租房子比买房子更合适。当然很多人会说，唐骏太有钱了，我们不能和他比，因为他买房子太简单了，租房子都租那么贵的，而普通百姓如果不买个房子，自己的生活就感到没有安全感，因此需要买个房子。

那么我们就分析一下普通百姓买房子和租房子哪个合算？

租房具有三大优点，分别是灵活机动、负担小以及初期成本低。你刚开始发展自己的事业时，可能会经常更换工作。新工作、租金上涨、想更换更大的公寓或希望住在一个环境更好的社区等都可能会使你更换住所。这时，租房就比较适合。租房的人不必负责房屋的维修与修缮，因此成本也较小。虽然新的承租人刚开始要支付押金，但远远低于购房支出，新的购房者支付的首付款和房地产买卖手续通常要好几万甚至好几十万元。

但是租房也有缺点，比如说租房的理财收益少，可能会限制你的生活方式，而且涉及大量的法律细节。承租人不能因为房地产增值而受益，同时也无法控制房东向你提出更高房租的要求。另外，承租人也不能享受抵押贷款的利息优惠。承租人在房里开展活动往往受到限制，承租人常常不可以随意养宠物或者装修房子，在家里聚会或者开音响也会受到房东的限制。大多数承租人都会和房东签订租约，其中承租期限和押金往往是让人头痛的问题。如果你在承租期限内需要换房子，那么就可能会损失押金。另一种情况是你不想换房，可是承租期限到后，房东以各种理由不让你续租，此时你就不得不再寻其他的住处。

很多人都梦想拥有属于自己的房子，尤其是快要结婚的人更希望能有一个属于自己的爱巢。在购房前你需要考虑好这个重大财务支出的优缺点，还要评估不同的

住房类型，并确定你可以负担的金额。

无论你是购买公寓还是购买别墅，你都会有住房所有者的自豪感。购房者可以享受抵押贷款的利息抵扣和个人所得税的税务优惠，同时潜在的利益是房地产的增值。拥有住房所有权能使你更好地享受个性化的生活，可以在自己的房子里随心所欲地装修、招待客人，而不像租房那样束手束脚。但是拥有自有住房时，租房时的灵活机动、负担小以及初期成本低的优势就都不存在了。你必须得承担银行月供，在你想更换居住环境时房屋可能很难出售，还得承担住房的维修改建等各类成本。

经济学里的地租理论告诉我们，土地的价格是土地用于出租的租金比上银行的利息。房子的价格同样也可以这样算。假设你有了一栋房子，花了60万买的两室一厅，那么你是怎么计算这栋房子的价值呢？出租！你租出去后，总共可以出租60年，装修费需要10万元，而且每5年需要重新装修一次。60年你共需要付出的总成本为70万+55万（60年共需要11次装修）=125万，一年可以收取租金10个月，那么60年总共可以收取600个月的租金。125万分成600个月，每个月需要支付的成本为2083元。

假设银行的利息为年利率5%，那么125万放在银行里，每年利息为62500元，分成12个月，每个月可获得利息5208元。

5208+2083=7291元也就是说如果每个月的租金不超过7291元，那么还不如放在银行里合适。

但这种方法并不严格，只是一种粗略的评价方法，并没有考虑到通货膨胀、货币升值等潜在因素在内，而且购买房子还有个人偏好等诸多因素在里面，所以对于广大消费者来说，简单的理性计算并不能得出最佳的结论，毕竟你奋斗一生只为了一套房子的时候，总不能天天租房子住，因为在长时间内变数是很大的。我们每个人不能都像唐骏一样，因为他太有钱了。一套房子对他来说，太小意思了，他随时可以买也随时可以不买，我想他如果跟普通百姓一样，奋斗一辈子才可以拥有一处房子，那么他肯定也不愿意去租，尽管从理论上而言，租房更加合适。所以对于普通百姓来说，这里对房子价值的估算只能作为一个参考，具体的决策还要自己做出。



“天价结婚”的高速引擎——买房

最近，国内不少网站和论坛上盛传着一个“黑色冷笑话”：生活在北京、上海、深圳、广州、杭州和南京等地的年轻人们，有一天忽然都严肃起来，要一起做一道“解析题”，看看在各地“娶老婆的成本究竟是多少”。

南京人回答最快：娶一个南京老婆的成本是人民币70万。此言一出，一片哗然。南京小生的算法也很简单：房屋一套（市区80平米，均价6000

元）48万+5万元中等装修+3万元家电及家具（有部分女方以嫁妆形式出资承担）+10万元普通轿车一辆+新马泰港澳或云南、海南度蜜月1.6万+2.4万元的2年谈恋爱吃饭、娱乐和送礼费用，所有这些加在一起，不多不少正好是70万（婚宴开支和所收红包相抵，不列）。

由此进行推算，以男方家庭有20万的家产，他本人年收入5万来计算，最后得出结论是：讨一个南京中上条件的老婆的成本=男方倾家荡产+男人不吃不喝工作10年［(70-20)/5］。北京、上海、深圳、广州和杭州等地的结婚成本的计算结果也纷纷贴到了网上，不比不知道，一比吓一跳。南京的70万“天价”竟然还是最低的。

“居者有其房”是生活在现代社会的人们生存保障的最起码的物质需求。房子不是汽车，却和粮食一样，是生活中所必需的，而买房就成为生存所必需的也是最为常见的投资行为。但随着房价越炒越热，随着房价的不断调控，普通大众买不起房已经成为现实社会中最为普遍的一种现象。

“民以食为天，家以居为先”。住房是一项基本的生活需求。住房问题一直以来都是人们极为关注的话题，尤其是在社会发展中的今天，大多数人都在为解决自己的住房问题而奔波劳碌。而普通大众买不起房最主要的原因就是“房价与收入之间的巨大落差”，这也是人们一直耿耿于怀的问题。

对于有购房意愿的人来说，在购买房产时应该更加谨慎。人们买房的目的一般有两种，一种是为了自住，一种是用于投资。人们对购买房产的目的会随着国家经济的发展和政策的变化而发生改变。但是，在这种变化的过程中，是自住还是投资就要采取不同的措施。

在你确定购房的消费预算时，必须综合考虑你能承担的费用受首付款、收入水平及当前生活开支的影响。此外，你还应该考虑当前的抵押贷款利率、房地产将来潜在的价值以及你支付月供、赋税和保险费的能力。在第一次买房时，你的房子不可能完全符合你的期望，但是你应该购买你可以承担的房子。随着以后支付能力的增强，你的第二套或第三套住房就能让你更满意了。

如果买房的目的是为了自住，就要考虑如下因素。

(1) 房子的实用性。对于自住购房者来说，实用是首要条件。要看交通是否便利，周边环境是否适宜居住，房屋结构是否合理，价钱是否合理等。总之就是要住起来舒适实用。

(2) 房子是否适应今后生活的变化。自住购房者在选房的初期就应该考虑到今后生活的变化——单身的人要考虑到日后的结婚、生子；孩子尚小的人要考虑到以后孩子入托、上学的条件与环境；父母年迈的人应该考虑到今后对父母照料的方便等问题。如果不能为以上这些问题带来方便，即使房子其他方面再好也不是一处适合自用的房产。

(3) 物业公司好不好。对于自住房屋来讲，物业公司的好坏绝对是一个大问题。一家好的物业公司所提供的优质、完善的服务直接关系到业主生活的舒适度与便利度。这一点对于购房自用的人来说非常重要，因为你可能要在这个房子中生活十几年甚至几十年。

(4) 所购房产的升值潜力。在考虑好以上条件的情况下，还要考虑房产的升值潜力。虽然我们买房的目的是为了自住，但也要考虑日后房产升级的因素——随着生活水平的提高，我们也许对于自住房产的面积、品质等方面的要求也会相应提高，而对自用房产进行升级时，将“老房子”卖个好价钱会对购买新房大有帮助。

如果买房的目的是为了投资，则要考虑以下因素。

从狭义投资角度讲，“房地产投资”与购买股票、国债和期货等没有什么区别。理由只有一个，那就是对于它增值的预期。比如买某只股票，是因为自己分析它要涨了，搞清楚的是什么时候涨、涨多少，而不会去考虑这只股票的公司在哪座城市，不会去考虑这只股票在哪个交易所上市。同样，如果你想做纯粹的“房地产个人投资”，则主要考虑的应是该房产的未来增值预期有多少。

首先，地理位置是最能带来升值潜力的条件。那些地铁、大型商圈、交通枢纽等地段的房产升值潜力比较大。

其次，房产周边的基本配套设施和政府综合城区规划的力度和预期，是否有便捷的交通、学校，都将为房产升值起到推动作用。

再次，房产所属小区的综合水平，物业设施、安全保障、公共环境以及房屋本身内在的价值等，都将是未来房产升值的评判标准。

最后，还要考虑该房产所在地的出租率和租金情况。不动产作为一种特殊的商品有两种变现方法：一是出售，二是出租。一个地区的不动产销售数据有时会失真，但出租行情作为终端用户的直接使用，其租金和出租率能够较为真实，就会明确地告知你该地区物业的真实价值。同时，租金和出租率也是不动产短期收益的衡量指标之一。

那么，如何考察一处房产的潜在价值呢？如果将购买的房子租出去，会赚钱吗？我们用一个简单的公式即可粗略地估算出房产大体的价值。作为普通人，虽然不能用严谨的方法得出专业数据，但可以通过简单方式作为自己的买房参考。

国际专业理财公司的评估方法是用15年租金收益比较购买价格，计算方式主要是以15年为期来比较房产购买价格。

如果该房产年收益×15年=房产购买价，则该房产物有所值；

如果该房产年收益×15年>房产购买价，该房产尚有升值空间；

如果该房产年收益×15年<房产购买价，该房产价值已经被高估。

比如一套房子年租金收益为5万元，乘以15等于75万元，大于当时的售价60万元，那么这就是值得投资的；如果年收益为3万元，乘以15等于45万元，小于当时

的售价60万元，那么这就是不值得投资的。

值得房产购买者注意的是，以上计算方法只能作为简单的房产价值评估手段，并不具备严格的通用性。因此，该方法适用于对房产做出大致的价值参考判断。

总之，不管是自住型或是投资型的购买需求，都应该考虑到房价未来的增值能力，因为大部分人是用毕生的积蓄去购买房产，起码也得保证在较长年头内不跌，才能做到真正划算，投资才能得到良好的收益。



检验社会经济福利的标准是什么？——补偿原理

补偿原理是福利经济学中一种检验社会经济福利的标准，是指当市场情况或政策发生变化，从而使一些人受益和另一些人受损时，认为对受损者必须加以补偿方能促进社会福利水平的西方经济学理论。

杜普特和马歇尔曾用消费者剩余的概念，对消费者的损失和政府的所得做了比较，并且在局部均衡分析中把补偿原理引进了一般均衡理论。帕累托在论述竞争均衡最优化问题时也运用了这一原理。

巴罗指出，在竞争的均衡价格上，总利润是最大化的，因此任何与均衡点的适度偏离就可能会导致有人受益，有人受损，损失超过收益，所以即使获益者拿出其所有获益部分，其余的人也还是比原来的状况差。

勒纳在他提出的衡量垄断权力的方法中援引了补偿原理，并把它描述成“消费者的损失无法用垄断者获得的利益相平衡”。

霍特林直接利用补偿原理提出了消费税不如收入税的另一种论证。

卡尔多在1939年发表的《经济学的福利命题与个人效用的比较》一文中提出，被称为“假想的补偿原理”作为检验社会福利的标准。他认为，虽然效用在各个人之间是无法比较的，但这并不妨碍福利经济学对政策措施仍然能够提出具有实证科学性质的命题。

> 英国“谷物法”的废除会使一些人受益，而使地主受损，如果得利总额超过了地主受到的损失，可以设想如果采取一些措施，比如向得益人征收特定租税，来补偿受到损失的人，如果补偿以后还有余额，这至少表示任何人都没有受到损失而一些人则由此获益。在这种情况下，要得出废除“谷物法”能够在不使任何人损失的前提下增加国民收入的论断，并不需要比较各个人之间的效用，也不包含对收入分配问题的任何个人价值判断，因而这样的福利命题完全具有实证科学的基础。

卡尔多提出的“补偿”可以是实际的，也可以是虚拟的。虚拟补偿是指并非直接使受损者受到补偿，而是政府通过支出增加社会福利。希克斯进一步提出对受损

者不必由受益者补偿，而可以通过社会效率的提高来自然地进行。而且虚拟补偿从长远来看是一种未来的补偿，即社会效率提高后经过一段时间，人人都会成为受益者。

补偿原理的实质是，如果一些社会成员经济状况的改善不会同时造成其他成员经济状况的恶化，或者政策补偿了其他社会成员状况的恶化，社会福利就会增加。按照帕累托最优状态的概念，一项改变应在一些人福利增加而又不使任何人福利减少时才是值得采取的，但在社会变革中一些人蒙受损失是不可避免的，同时，效用在不同个人之间难以比较，“假想的补偿原理”可看做是对这些问题的一个解决构想。

现实中，补偿原理可以使政策决策不依赖于价值判断的希望还没有实现。人们对价值、事实和政策之间的关系已了解甚多，可以说正是补偿原理的发展导致了对经济政策更清楚的认识。



利率和通货膨胀之间有什么关系？——费雪效应

费雪效应是由著名的经济学家欧文·费雪提出的，第一个揭示了通货膨胀率预期与利率之间的关系，该理论指出当通货膨胀率预期上升时，利率也将上升。

通俗的解释：假如银行储蓄利率有6%，某人的存款在一年后就多了6%，这说明他富了吗？这只是理想情况下的假设。如果当年通货膨胀率3%，那他只富了3%的部分；如果是7%，那么他一年前100元能买到的东西现在要花107元了，而存了一年的钱只有106元了，他反而买不起这件东西了！

美国经济学家费雪在其《利息理论》一书中阐述了这一关系。这一关系假定，在长期中通货膨胀率等于预期通货膨胀率。在其他条件不变的情况下，如果一国的预期通货膨胀率上升，最终会导致该国货币存款利率的同比例上升；反之，如果预期通货膨胀率下降，最终会导致货币存款利率的同比例下降。

实际利率=名义利率-通货膨胀率

把公式的左右两边交换一下，公式就变成：

名义利率=实际利率+通货膨胀率

在某种经济制度下，实际利率往往是不变的，因为它代表的是你的实际购买力。于是，当通货膨胀率变化时，为了求得公式的平衡，名义利率——公布在银行的利率表上的利率也会随之变化。名义利率的上升幅度和通货膨胀率完全相等，这个结论就称为费雪效应。

正是因为这个原因，在20世纪90年代初物价上涨时，人民银行制定出较高的利率水平，甚至还有保值贴补率；而前不久，物价下跌，人民银行就一而再再而三地降息。

从国际资本流动来看，费雪效应体现了通货膨胀率、利率和汇率变化的关系。当其他条件不变时，若一国的预期通货膨胀率上升，在外汇市场上将导致该种货币的贬值；根据利率平价理论，这最终将导致该国货币存款利率的上升。这一关系还可以用相对购买力平价理论和利率平价理论的结合来说明。相对购买力平价表明，在一定时期内两国货币汇率变动的百分比等于两国通货膨胀率之差；利率平价表明，两国货币汇率预期变动的百分比等于两国货币存款的预期收益率之差，即两国货币存款未来的利率之差。在长期中，两国货币的汇率变动即为两国货币汇率的预期变动。这样，两国货币存款未来利率之差就等于两国通货膨胀率之差。用公式表示：

$$R_a-R_b=\pi_a-\pi_b$$

R_a和R_b分别代表两国货币存款的利率，π_a和π_b分别代表两国的通货膨胀率。该公式表明，在其他条件不变时，一国通货膨胀率的上升最终将导致该国货币存款利率的同比例上升。



法律鞭长莫及时保持经济有序运行？——道德风险

道德风险是20世纪80年代西方经济学家提出的一个经济哲学范畴的概念，即“从事经济活动的人在最大限度地增进自身效用的同时做出不利于他人的行动。”或者是：当签约一方不完全承担风险后果时所采取的自身效用最大化的自私行为。道德风险亦称道德危机，但道德风险并不等同于道德败坏。

2001年度诺贝尔经济学奖获得者斯蒂格里茨在研究保险市场时，发现了一个经典的案例：

> 美国一所大学学生自行车被盗比率约为10%，有几个有商业头脑的学生发起了一个对自行车的保险，保费为保险标的的15%。按常理，这几个学生应获得5%左右的利润。但该保险运作一段时间后，这几个学生发现自行车被盗比率迅速提高到15%以上。为什么会出现这种情况呢？这是因为自行车投保后学生们对自行车的安全防范措施明显减少。

在这个例子中，投保的学生由于不用完全承担自行车被盗的风险后果，因此采取了对自行车安全防范的不作为行为。而这种不作为的行为，就是道德风险。可以说，只要市场经济存在，道德风险就不可避免。

道德风险具有以下的特点。

> （1）潜在性。很多企业向银行借款进行投资，明知道有可能还不起，但是还是要借。目前国有企业平均资产负债率高达80%左右，其中有70%以上是银行贷款，这种高负债率使潜在的风险与日俱增。
>
> （2）长期性。

(3) 破坏性。

(4) 控制的艰巨性。

在经济活动中，道德风险问题相当普遍。有一段时间，美国上市公司接二连三地爆出造假账丑闻，安然、世界通讯、施乐……让人们对道德的问题有了重新的认识。这些大公司怎么了？为什么要造假？其他企业应该如何面对？人们对那些拥有巨大财富和崇高名望的企业高层管理人员和CEO充满愤怒，因为大家确信，既然所有已知的丑闻都与财务报表有关，那么财务处理上的冒险就不仅仅是经营风险，而是道德风险！在美国，上市公司对高级管理者的激励除了高额的薪金外，还有大量的认股权和期权。这些激励机制不是与企业真实的经营业绩挂钩，而是与股票市场的起伏直接相关。所以，CEO为了自己的名声及财富，通常非常关心股价走势，会尽最大可能引领股价向上走，其所用的有效手段就是将财务报表尽可能做得漂亮、符合投资者的喜好。在此过程中，不惜做一些会计处理，甚至铤而走险。虽然美国的会计制度是世界上最完善的制度，但是，再完善也有制度所不能及的灰色地带，一些CEO就会指使CFO和会计师事务所打擦边球甚至越界。但是，激进一旦过度，就变为贪婪。在贪欲的指使下，一些CEO不惜越界、违规操作，这就不仅仅是经营风险问题，而是道德问题，甚至是法律问题。这样的CEO缺的不是对经营风险的把握能力，而是良好的职业操守。

在法律鞭长莫及的边缘，道德是经济运行的唯一屏障。如何避免经济活动中的道德风险至关重要。



补钙广告却为“骨头汤”做了宣传——外部影响

近些年来，补钙之风刮遍了全国的每一个角落，各大报纸、电视上有关补钙产品的广告数不胜数，而当电视广播上的补钙广告如火如荼时，人们在日常生活中的饮食结构上也悄然发生了转变，不是都说“食补胜于药补”嘛，人们开始通过喝骨头汤来进行补钙，曾备受冷落的骨头成为菜市场上的新宠。经过各个厂家大肆宣传补钙对人体的重要性，人们意识到了吃什么补什么的原理，觉得吃骨头才是最补钙的，并且吃骨头比吃补钙药品要便宜，而且还能够避免药品所带来的副作用。

由于骨头含钙量的丰富，也由于观念的改变，因此人们在买菜时开始将目光停留在猪骨头上，特别是猪筒骨。因为其骨髓多，所以人们都争相抢购。但是一头猪身上的脚筒骨只有几斤而已，供应满足不了需求，所以脚筒骨的价格一路上涨，甚至比里脊肉的价格还要高。各家饭店也顺应市场需求纷纷推出了各种骨头汤，经常名列菜单“点击率”的首位。这种现

象是那些补钙产品的生产厂商所始料不及的，他们没想到自己的广告为饭店做了嫁衣。

任何一种经济活动都会对外部产生影响，如汽车销量的增加必然会导致产生过多的废气而污染环境；而植树造林发展林业就会形成改善环境的结果。

在经济学上，一个经济主体在自己的生产和消费活动中对他人产生了影响，这种现象就叫做“外部影响”。外部影响有好有坏，好的影响就叫“正外部影响”或“外部经济”；不好的影响就叫“负外部影响”或“外部不经济”。若用经济学术语来表述，即一个人的行为可能成为别人的效用函数的自变量。外部影响可以分为三类：正外部影响、负外部影响、介于正负之间的外部影响。在现实生活中，这三类外部影响都有所体现。

外部影响主要是指一个市场参与者的行为对别人或公共利益造成了影响，而这个人却没有因为自己的行为做出补偿。消费过程和生产过程都存在外部影响。例如，在生产过程中所造成的环境污染现象，就是一种外部影响，只是这种外部影响是负的，尽管生产者在此过程中得到了利润，但同时也给整个社会带来了损害。

外部经济是指人们在进行自己的生产与消费活动时，在实现个人利益的同时，也给社会和周围的人带来了好处，这就是正外部影响在现实生活中的体现。例如，养蜂场养蜂取蜜，当自己的蜜蜂飞到别人的果园采蜜时，果园的主人也获得了好处，他们的果树因蜜蜂传粉而结出了更多的果子。在此，养蜂场的生产活动就具有一种正的外部影响。

厦门有一位先生6年前在公寓楼下种了一棵三角梅，如今，它已经长到几层楼的高度，不仅把绿意、美丽的花朵送到住在四楼的主人窗前，还从最初的一根分成4枝，往上又富有想象力地分出6枝，每一枝又从另一个方向分出12枝……就这样，一栋楼的20多户都有三角梅光临窗前。这就是典型的外部经济。

此外，还有另一种正外部影响并非实际的物质体现，而是在精神上给社会带来好处。例如，人们在建设自己的房屋时要考虑到外形的美观，而在自家的阳台上或院子里种满花草，花草的芳香会使路人感到赏心悦目。如果社区里的每家每户都能这样做，那么这个小区就变成了一个美丽的风景区。从这个角度来看，这种在精神上给社会带来利益的行为，也具有一种外部经济性。

关于外部不经济，可以看下面的例子。某小区附近因为常有偷盗现象发生，家家户户纷纷将自家门窗装上了防盗门和钢条笼子，结果路人从街上经过，抬头望去满目全是黑灰铁条，整个小区简直就是一座监狱牢房，大煞风景，这就是负外部影响了。有个地方在架桥时，对山体进行爆破作业，不料附近有一个养牛场，许多怀孕的母牛听到爆炸后受到惊吓，整夜整夜地不敢休息，结果纷纷流产，造成了经济损失，这种行为就是典型的“外部不经济”。

在现实生活中，很多活动兼具正的外部影响与负的外部影响。例如，我们家里养狗，虽然可以防小偷，但也会误伤好人甚至导致狂犬病的传播。再如，商店在营业时间播放音乐，在招徕顾客的同时也会影响周围居民的休息。

一方面，交通运输给社会提供了较大的经济与社会效益，在日常生活中，人们通过它所带来的利益往往大于直接支付的费用。但是，在高速发展的同时，交通运输也对环境产生了恶劣的影响。伴随着目前运输业的发展，交通事故不断发生，给人民的生命和财产带来了巨大伤害，而产生的噪声、污染及气候变化更是给整个社会带来了危害。

以上例子中正负兼具的外部影响都具有这样一种特点：外部影响并不是在相关各方以价格为基础的交换中发生的。如果说个体所付出的成本和得到的收益可以称作个体成本和个体收益，那么个体的活动给他人带来的额外成本或者额外收益，就构成了社会成本（负外部影响）和社会收益（正外部影响）。比如对于公共物品，全体社会成员都可以无偿享受，可以说它们是社会收益的特例。而最典型的社会成本便是污染问题。有的工厂浓烟滚滚，粉尘弥漫，有的工厂把污水直接排入河流，造成鱼虾死亡，农作物歉收，人们健康受到威胁，这就是极其严重的负外部影响了。

一般说来，外部影响并非当事的经济主体的本意，即他本来只是为了自己的利益而这么做，并非有意要帮助别人，或者损害别人只是这种行为产生的效果影响了别人。

在日常生活中，我们应当尽可能避免外部不经济性事情的发生，作为个体，影响到别人的利益也许会陷入司法纠纷，影响到公共利益便会受到法律的惩罚。如果从宏观的角度来看，国家对某些行为采取有效的制度，能够防止外部不经济性所造成的不良后果。

经济外部影响的存在，促使人们在做任何事情的时候不能只考虑自己，还要想到自己的行为可能会给别人带来问题。对于具有外部经济性的好事，我们可以通过其内部化转为自己的利益。例如，一家新的电影院建成并开张之后，其周围小吃店的生意就会兴隆起来，在这种情况下电影院可以自建一家餐馆。这种外部经济性的内部化是目前很多企业搞多元化经营的一个因素，多元化的项目最好是外部经济所及之处。

萧条的回归与繁荣的道路
——经济危机篇



金融界的海啸——次贷危机

次级债危机自爆发以来，已对全球资本市场造成巨大冲击，并进一步蔓延到经济领域，影响了美国等诸多经济体的金融秩序和经济秩序的正常运行。不少学者评论说，此次危机的严重影响绝不亚于亚洲金融危机。甚至有人说，华尔街应树立一块大牌子，写着：结构性产品——华尔街葬身于此。那么次贷危机究竟是怎么回事，结构性产品又是一个什么概念呢?

所谓次级抵押贷款，是指一些贷款机构向信用程度较差和收入不高的借款人提供的贷款。美国抵押贷款市场的“次级”及“优惠级”是以借款人的信用条件作为划分界限的。根据信用的高低，放贷机构对借款人区别对待，从而形成了两个层次的市场。信用低的人申请不到优惠贷款，只能在次级市场寻求贷款。两个层次的市场服务对象均为贷款购房者，但次级市场的贷款利率通常比优惠级抵押贷款高2%~3%。

在前几年美国住房市场高度繁荣时，次级抵押贷款市场迅速发展，但随着美国住房市场大幅降温，加上利率上升，很多次级抵押贷款市场的借款人无法按期偿还借款，导致一些放贷机构遭受严重损失甚至破产。美国次级抵押贷款危机引发了投资者对美国整个金融市场健康状况和经济增长前景的担忧，导致近来股市出现剧烈振荡。

从次级债危机一步步蔓延的链条来看，最初决定这一市场发展起来的经济主体，以及一环扣一环加入到这个链条中来的经济主体，其共同的特点就是，不愿为自身希冀的利益付相应的代价。

1. 次级贷款缘何风起——政府不可推卸的责任

美国次级抵押贷款市场的兴起和快速发展可以说是美国放松金融管制、金融产品创新、政府住房政策、税收政策和住宅抵押信贷经营方式变化等多种因素共同作用的结果。次级贷款是指向信用分数较低、收入证明缺失、负债较重的人提供住房贷款。贷款人可以在没有资金的情况下购房，仅需声明其收入情况，而无需提供任何有关偿还能力的证明。

2. 次级贷款的申请者——糊涂抑或是愚蠢的羔羊

次级贷款的本质特征就是对经济实力不强的人提供代价高昂的提前消费能力。对于贷款申请者来说，现代金融机制赋予其跨时期选择权，即透支未来的消费能力，

而对于未来的期望，应源自于对收入，或者说对自身发展潜力的合理评估。

在次贷大规模膨胀的过程中，一些贷款机构甚至推出了“零首付”、“零文件”的贷款方式，即借款人可以在没有资金的情况下购房，且仅需申报其收入情况而无需提供任何有关偿还能力的证明，如工资条、完税证明等。美国弗吉尼亚州的一家咨询机构——住房抵押贷款资产研究所2006年4月对100笔此类“零文件”贷款进行了一项跟踪调研，调研者比较了贷款人在申请贷款时申报的收入，同其提交给国内税务署的税务申报相比，发现90%的贷款人高报个人收入5%或以上，其中60%借款人虚报收入超过实际收入一半以上。德意志银行的一份报告称，在2006年发放的全部次级房贷中，此类“骗子贷款”占40%。

骗子的未来只能依靠骗局持续运转。可惜，当利率不再下降，房价不再上涨，在市场发展的方向和赌者下注的方向相反时，最先出局的就是那些承担了自己不应该承担的风险的人。个人次级抵押贷款者是第一批倒下的，因为他们承受了更高的利率，本身又因为种种原因无法保证持续还贷。

综上，提前消费应该以未来发展潜力为基础保证，而不是未来投机获益能力。次级贷款的申请者们并不愿为自己的现时消费在未来付出超额的、稳增的代价，而将这笔赌注倾注在无形的房产增值上，试问，有谁能赌得过经济形势呢?

3. 次级贷款的发放者——贪婪而放纵的趋利者

在美国，个人贷款者是向抵押贷款公司而不是直接向银行申请抵押贷款。次级贷款对放贷机构来说是一项高回报业务，相比普通抵押贷款6%~8%的利率，次级房贷的利率有可能高达10%~12%，而且大部分次级抵押贷款采取可调整利率的形式。但由于次级贷款对借款人的信用要求较优惠级贷款低，借款者的信用记录较差，因此次级房贷机构面临的风险天然地也就更大，美国次级抵押贷款市场的还款违约率是优惠级贷款市场的7倍。

2001—2004年，美联储实施低利率政策刺激了房地产业的发展，美国人的购房热情不断升温，次级抵押贷款成了信用条件达不到优惠级贷款要求的购房者的选择。放贷机构间竞争的加剧催生了多种多样的高风险次级抵押贷款产品，这其中就埋下了次贷危机的两个致命硬伤：其一是零首付，购房无需提供首付款，全部购房资金皆可从银行贷款，另外前几年可以只付息而不用偿还本金，以此来吸引借款客户；其二，对借款人不做任何信用审核，即针对“次级信用”的人借出大笔金额。这种假设之所以在一定时间内能够得到维持，是因为放款机构和借款者都认为，如果出现还贷困难，借款人只需出售房屋或者进行抵押再融资就可以了。但由于美联储连续17次加息，住房市场持续降温，借款人很难将自己的房屋卖出，即使能卖出，房屋的价值也可能下跌到不足以偿还剩余贷款的程度。这时，很自然地会出现逾期还款和丧失抵押品赎回权的案例。案例一旦大幅增加，必然引起对次级抵押贷款市场的悲观预期，次级市场就可能发生严重振荡，就会冲击贷款市场的资金链，

进而波及整个抵押贷款市场。与此同时，房地产市场价格也会因为房屋所有者止损的心理而继续下降。两重因素的叠加形成马太效应，出现恶性循环，加剧了次级市场危机的发生。

4. 次级贷款的调包者——中转站

次贷在经济中转圈的第二站是商业银行或者投资银行。抵押贷款公司将抵押贷款出售给商业银行或者投资银行，银行将抵押贷款重新打包成抵押贷款证券后出售给再购买抵押贷款证券的投资者，转移风险。同时，银行会与抵押贷款公司签署协议，要求抵押贷款公司在个人贷款者拖欠还贷的情况下，回购抵押贷款。银行还会购买一些信用违约互换合约，相当于购买一种对抗抵押贷款违约率上升的“保险”，来进一步分散自己的风险，但同时将更多的经济主体牵入到了次级债的链条中来。

5. 次级债券的购买者——最大笨蛋理论

次级房贷债券的大宗购买者是公募基金、避险基金、退休基金或保险公司。当次级贷款人的违约率升高之后，这些债券的评等便被SRP等调降，债券的价格因此大跌，使投资者遭受了很大的损失，而且无人接手。更有甚者，美国贝尔史登(Bayer Stern) 证券公司旗下的避险（或私募）基金就是专门投资这种债券的(因利息略高)，而更糟糕的是它们还再拿这些债券抵押，再去多投新的次级债券。

次级按揭贷款转到这里，基本上便到了终点站，没有下家了。在这个链条上，主要涉及了贷款申请者、放贷机构、银行和投资机构。在房价只涨不跌的时期，链条上的绝大部分人都会获利。抵押贷款证券化的好处就在于能将房产增值的收益分配给更多的人：抵押贷款公司的利润来自于将抵押贷款出售给银行，银行的利润来自于将抵押贷款证券出售给抵押贷款证券购买者，而抵押贷款证券购买者会享受到比购买国债或投资级债券更高的收益。这还不包括那些间接参与进来的投资者，包括购买抵押贷款公司或银行股票的投资者。

然而房价不可能只涨不跌，美国房产价格的上涨在2005年年底达到一个顶峰。自2006年以来，成屋销售、新屋销售和营建支出等房地产行业的指标都出现了回落。在房地产市场投机气氛浓烈的时候，房产价格的下跌会迫使房产投资者竞相杀价急于出局，而少有购买者。最终的结果是房价跌势加重。这个链条最终演变成恶性循环，使得许多个人在危机中破产，使得一批批金融机构在危机中倒下。

综观历史上著名的金融危机事件始末则不难发现，其本质都是在过分追求利润的目标下，集体缺失风险意识、经济个体故意冒险、风险控制体系失灵或产生盲区，从而导致最根本的金融机制失效。经济主体有意甚至恶意忽略风险因素而参与到交易中来，使得一开始具有良好和健康发展前景的创新产品或交易，演变成一环扣一环的传球游戏，并不断吸引更多的人参与进来，目的只有一个，那就是牟利。当外在经济因素良好的时候，众多参与者程序化地将“烫手的山芋”传递出去，利润滚滚而来，似乎傻瓜都会赚钱；可是在这一过程中，经济个体只是将风险传递下去，

而对于整个金融及经济体系来说，风险无法再转嫁，也没有被消化。于是，在“众贪”的冒险行为中，整体经济体系的风险因素不断累积、不断增加，终于有一天，成为了引爆危机的导火索。残酷的是在众多表象下，正确的答案永远只有一个，但却是无可奈何的一个，那就是如何遏制人们无尽的贪欲。

西方经济学中的理性人假设，不幸成为众多市场行为为自己开脱的法宝。然而，以最小的经济代价换取自身利益最大化应用于金融领域，似乎应该意味着要追求同等风险水平下收益的最大化，或者说相同收益水平下风险的最小化，而不是单纯贪婪的将利润最大化作为单一目标。利益的孪生兄弟是代价。

次级债危机爆发以后，对很多国家的股市及经济都造成了巨大的影响，从2007年开始，各国相继开始采取措施，控制危机进一步恶化。但是，坏的事情总比好的事情更容易传播，到目前为止，还没法估计这场危机的前景终究如何。世界第四大投行雷曼兄弟倒闭了，世界第三大投行将自己卖了，试问未来，还有什么不可能发生呢？



一场沉默的危机——粮食危机

据联合国粮农组织测算：2008年度世界粮食库存由2002年度的30%下降到14.7%，为30年来的最低水平；世界粮食储备仅为4.05亿吨，只够人类维持53天，而2007年初世界粮储可供人类维持169天。据国际谷物理事会称，2009—2010年度全球粮食产量将低于需求水平，从而导致库存下滑。2008—2009年度全球粮食产量数据下调了200万吨，为17.82亿吨。2009—2010年度全球粮食产量预计为17.2亿吨，比上一年度再次下滑。2009—2010年度全球小麦产量预计减少5.1%，为6.52亿吨，而玉米产量可能减少1.7%，为7.71亿吨。粮食储备的大量减少已成为全世界人民无法忽视的问题。

国际粮价持续上涨已成为当前世界一大热点。在过去10年中的大部分时间里，全球粮食消费量一直高于产量，致使粮食的库存不断下降。最近一个时期，不管是联合国、经合组织、金砖四国、G8还是非盟组织，都在不同场合呼吁重视全球粮食安全的问题。引起这种普遍担忧的是去年全球粮食价格的大幅上涨，而根据相关研究，2050年前粮食产量如若不翻番，则可能会出现粮食危机。

2009年8月瑞典召开的世界水周论坛发表报告显示，亚洲如不提高水资源利用率和不进行相关改革，到2050年将会面临严重的粮食危机。报告中预测的2050年亚洲将会面临严重的粮食危机，该预测根据有三个：第一，2050年亚洲人口会增加到15亿，人口的增长将对目前已经出现了粮食短缺造成更大的压力，届时粮食需求

将再翻一倍。第二，耕地有限，水资源的利用率较低，到时不得不为解决粮食短缺问题而加大农业灌溉的用水量。第三，仅靠粮食进口解决粮食需求，使得粮食进口需求增加，为发展中国家造成了巨大的经济负担。目前，耕地和水资源在刚性地递减，人口和粮食需求在刚性地增加。

粮价普涨在越来越多国家激发越来越多的社会不稳定事件。自2007年年底以来，墨西哥民众因玉米价格上涨游行示威，印尼民众因创纪录的黄豆价格上街抗议，巴基斯坦因小麦短缺导致社会骚乱，阿富汗、索马里、苏丹、刚果（金）等国因粮价上涨引发社会动荡，海地政府总理还为此黯然下台。联合国粮农组织警告，今年将有36个国家面临食物短缺。经济全球化使有钱有粮的发达国家也难以独善其身，摆脱粮价不断上涨的困扰。意大利市民游行示威抗议粮价上涨，美国西部、东北部消费者不满超市限量购买粮食，日本的家庭主妇则四处寻觅蛋糕黄油。2008年粮食大幅涨价引起了印度和阿根廷等国对粮食出口的限制，令进口国对通过市场获得粮食供应产生信心危机，进而产生了抢地浪潮。

解决粮食危机已经迫在眉睫！人类必须努力扩大粮食产量，令全球农业生产在2050年翻一番，以使迅速增长的世界人口有足够的食物，并应对气候变化的影响，否则，过去两年里发生的粮食危机将成为结构性问题，这不仅影响到商业关系，也会影响到全球安全和稳定。

解决粮食危机不能靠各自为政地买地与种植，而是应该首先建立一个基于公正和非歧视基础上的、针对粮食和农业的全球市场和贸易体制，而这一体制存在的基础是，加快世界贸易组织多回合谈判，削减发达国家针对农业部门的巨额补贴，因为正是这些补贴措施造成了扭曲的贸易，并且阻碍了发展中国家发展其农业生产。其次，解决粮食危机需要一个协调性的国际机制，制定应对危机的短期和长期的措施，包括技术合作、产业投资等。



是什么在侵蚀你的财富？——通货膨胀

根据中国国家统计局数据显示，2008年1月份，居民消费价格总水平同比上涨7.1%。其中，城市上涨6.8%，农村上涨7.7%；食品价格上涨18.2%，非食品价格上涨1.5%；消费品价格上涨8.5%，服务项目价格上涨2.6%。从月环比来看，居民消费价格总水平比2007年12月上涨1.2%。

据俄罗斯国家统计局2009年8月13日公布的统计显示，自2009年年初以来俄罗斯通货膨胀率达8.2%。2008年同期俄罗斯通胀率为9.4%。据《俄罗斯商务新闻网》报道，今年8月4日至10日一周内通胀率为0.1%，今年7月通胀率为0.3%。8月4日至10日这一周内白糖价格上涨了1.7%，鸡蛋价格上

涨了0.6%，儿童奶粉、鸡、荞麦粉价格平均上涨了0.2%~0.4%，蔬菜价格平均上涨了2.1%，其中土豆上涨了4.1%，胡萝卜上涨了3.6%，葱头上涨了2.6%。一周内汽油价格上涨了1%，柴油价格上涨了0.1%。

俄罗斯经济发展部7月份预计，2009年俄罗斯通货膨胀将达到12%至12.5%。

关注报纸的人经常会听到一个敏感的词，那就是物价指数。消费者价格指数一直上涨，大家都担心会发生通货膨胀，那么，究竟什么是通货膨胀，它又有什么影响呢？

简而言之，通货膨胀就是指在经济生活中，整体物价水平持续性地上升。这个定义包含两层含义。

第一是整体的物价水平。这是指全社会总的消费品和生产品等所有可供交易的物品的价格整体上涨，比如说，你今天去买菜，发现苹果因为歉收所以价格上涨了，但是其他水果和蔬菜的价格没有变，这不叫通货膨胀。通货膨胀必须是整体价格的上涨，让你感觉手中的钱不值钱了，能买到的东西更少了。

第二是持续的价格上涨。这是指价格上涨已经呈现出一定的趋势，而不是偶尔出现的。比如说，这一段时间由于铁路运力受影响，某个城市的蔬菜供给跟不上来，蔬菜价格普遍上涨，但是过一段时间又恢复了，这也不叫通货膨胀；再比如，东北寒冷的地方，一到冬天蔬菜的生产成本较高，绿色蔬菜都会涨价，这也不叫通货膨胀，而是由供求关系引起的。通货膨胀必须是在一定时间内价格持续上涨的现象。

如果用通俗的语言来解释通货膨胀，那就是钱不值钱，钱变“毛”了。通货膨胀是一个普遍的现象，从古至今、中外各国都发生过通货膨胀。当钱贬值的时候，原来100元能够买一袋米，现在只能买一包火柴了，这都是历史上曾经发生过的事情。曾经有一个笑话，说有个老太太提着一篮子的钱去买米，结果不小心篮子被小偷偷走了，但是小偷却没有拿钱！原来是一篮子的钱都不够买一个篮子呢，篮子比钱还值钱！还有报道说，新中国成立前国民党统治时期曾发生严重的通货膨胀，居民拿着麻袋装钱去买米。国外发生通货膨胀的时候，曾经有人打车时先付车费，因为担心下车时，物价又上涨了，就根本付不起车费了。可见，通货膨胀使得居民的生活受到了巨大的影响。

除了钱贬值之外，通货膨胀还有其他的影响。

第一是在债务人与债权人之间，通货膨胀将有利于债务人而不利于债权人。在通常情况下，借贷的债务契约都是根据签约时的通货膨胀率来确定名义利息率的，所以当发生了未预期的通货膨胀之后，债务契约无法更改，从而就使实际利息率下降，债务人受益，而债权人受损。其结果是给贷款，特别是长期贷款带来不利的影响，使债权人不愿意发放贷款。说白了，在没发生通货膨胀的时候，你借给别人

1000元钱，能干很多事情。结果发生严重的通货膨胀，别人再还你这1000元钱的时候，你发现已经不像原来那么值钱了，什么都买不到。这就是说借钱的人受益，而债主却承担了损失。

第二是在雇主与工人之间，通货膨胀将有利于雇主而不利于工人。这是因为，在不可预期的通货膨胀之下，工资增长率不能迅速地根据通货膨胀率来调整，从而即使在名义工资不变或略有增长的情况下，实际工资也会下降。而实际工资下降会使利润增加，利润的增加有利于刺激投资。工资的调整总是慢半拍的，即使经济中发生了通货膨胀，工资的上涨也总是慢一些，你发现自己赚到的钱永远也赶不上物价上涨的速度，东西越来越贵，可是自己却挣的越来越少，于是严重影响了生活。

第三是在政府与公众之间，通货膨胀将有利于政府而不利于公众。由于在不可预期的通货膨胀之下，名义工资总会有所增加，随着名义工资的提高，达到纳税起征点的人增加了，有许多人进入了更高的纳税等级，这样就使得政府的税收增加。但公众纳税数额增加，实际收入却减少了。政府由这种通货膨胀中所得到的税收称为“通货膨胀税”。一些经济学家认为，这实际上是政府对公众的掠夺。这种通货膨胀税的存在，既不利于储蓄的增加，也影响了私人与企业投资的积极性。另外，政府通过发行公债，往往是债务人，而购买公债的广大居民则是债权人，通过上面的分析就可以知道债务人是受益的，那么政府也会通过通货膨胀受益。

第四是对居民生活的影响。除了刚才提到的几点之外，经济学中还专门有几个名词来阐释这个现象。例如菜单成本，是指厂商改变加工，需要重新印刷它的产品价格表，向客户通报改变价格的信息和理由；所有这一切都会引起一笔开支和费用。虽然菜单成本的数值并不大，但是，如果菜单价目表变动的次数很多，那么也会给厂商带来一些不利之处，如使顾客感觉不快和麻烦等。企业不经常改变价格是因为改变价格有成本，相反，企业往往宣布价格，并使价格在几周、几个月，甚至几年内不变。一种研究发现，大多数企业大约一年改变一次自己产品的价格。

但是通货膨胀增加了企业必须承担的菜单成本，当高通货膨胀使企业成本迅速增加时，一年调整一次价格是不现实的。例如，在超速通货膨胀期间，企业必须每天变动价格，或者更经常地变动价格，以便与经济中所有的其他物价保持一致。

假设成都小吃店每年1月印一份新价格菜单并使其价格在一年中其他时间不变。如果没有通货膨胀，马兰拉面的相对价格——与经济中其他价格相比其饭菜价格——将会在一年期间不变。与此相比，如果通货膨胀率是每年12%，马兰拉面的相对价格每月自动下降1%。在刚刚印了新菜单后一年的前几个月，餐馆的价格相对较高，但在后几个月相对较低。而且，通货膨胀率越高，这种自发的变动就越大。因此，由于在一段时期内价格只变动一次，通货膨胀引起的相对价格的变动就大于没有通货膨胀时。菜单成本的存在，使得企业受到通货膨胀的严重影响。

还有一个有意思的现象叫做“鞋底成本”。这是说当发生通货膨胀时，人们必须

频繁地到银行去存钱，以保证所持资金的市值。这样频繁地光顾银行，必然使鞋底磨损得较快，所以将这种成本称为鞋底成本。可见通货膨胀给生活带来了诸多的不便。

除了这些有形的影响之外，通货膨胀最可怕的是影响了人们的信心，终日惶恐地生活在物价上涨的压力之下，使得人们担心生活而无法正常地投入到工作中去，严重影响了人们工作的积极性，甚至会影响国家的稳定。

经济学家们一直致力于研究通货膨胀产生的原因，并得出了一些有用的结论。综合来看，通货膨胀的成因主要有以下几种。

我们都知道经济学的基本概念是供给和需求，那么这两方面的变化都有可能引致通货膨胀。需求拉上的通货膨胀是指总需求过度增长所引起的通货膨胀，即“太多的货币追逐太少的货物”，按照凯恩斯的解释，如果总需求上升到大于总供给的地步，此时，由于劳动和设备已经充分利用，因而要使产量再增加已经不可能，过度的需求能引起物价水平的普遍上升。

从供给的角度来看，成本或供给方面的原因形成的通货膨胀，即成本推进的通货膨胀又称为供给型通货膨胀，是由厂商生产成本增加而引起的一般价格总水平的上涨。而造成成本向上移动的原因大致有：工资过度上涨、利润过度增加和进口商品价格上涨。工资推动通货膨胀是工资过度上涨所造成的成本增加而推动价格总水平上涨，工资是生产成本的主要部门。工资上涨使得生产成本增长，在既定的价格水平下，厂商愿意并且能够供给的数量减少，于是引发了通货膨胀；利润推进的通货膨胀是指厂商为谋求更大的利润导致的一般价格总水平的上涨，与工资推进的通货膨胀一样，具有市场支配力的垄断厂商也可以通过提高产品的价格而获得更高的利润，结果导致价格总水平上涨；造成成本推进的通货膨胀的另一个重要原因是进口商品的价格上升，如果一个国家生产所需要的原材料主要依赖于进口，那么，进口商品的价格上升就会造成成本推进的通货膨胀，其形成的过程与工资推进的通货膨胀是一样的，如在20世纪70年代的石油危机期间，石油价格急剧上涨，而以进口石油为原料的西方国家的生产成本也大幅度上升，从而引起通货膨胀。

将供给和需求两方面结合来看，在实际中，造成通货膨胀的原因并不是单一的，因各种原因同时推进的价格水平上涨，即供求混合推进的通货膨胀。

还有一种观点，直接抛开这些经济的直观现象而剖析本质，认为通货膨胀是指因纸币发行量超过商品流通中实际需要的货币量而引起的纸币贬值、物价上涨现象。获得诺贝尔经济学奖的经济学家弗里德曼曾经说过，“通货膨胀无论何时都是一种货币现象”，这就是说，通货膨胀本质上是由于钱太多了而导致的。

改革开放以来，我国经历了三次比较严重的通货膨胀，分别发生在1980年，1988年和1994年。综合来看，通货膨胀对人们的生活有着严重的影响，因此需要采取措施防止通货膨胀的继续攀升，以保证生活的稳定。



是什么在阻碍经济的复兴？——通货紧缩

1929—1933年，美国物价总水平连续4年下降，结果导致经济大萧条，实际GNP分别下降9.9%、7.6%、14.9%和1.9%，失业率由1929年的3.2%急剧攀升到1933年的25.2%，经济陷入严重衰退之中。因此，通货紧缩被认为是经济衰退的先兆。

与通货膨胀引起物价持续上涨、货币贬值，从而影响人们的日常生活一样，通货紧缩也是一个与每人都息息相关的经济问题。通货紧缩是指社会价格总水平，即商品和劳务价格水平持续下降，货币价值持续升值的过程。在一些主要发达国家，如日本，通货紧缩问题已经成为影响其经济复苏的最主要因素之一。

在经济实践中，判断某个时期的物价下跌是否为通货紧缩，一看消费者价格指数（CPI）是否由正转变为负，二看这种下降的持续是否超过了一定时限。也有学者将通货紧缩细分为deflation与disinflation，前者的标志是CPI转为负数，亦即物价指数与前一年度相比下降；后者的标志是CPI连续下降，亦即物价指数月度环比连续下降。经济学界普遍认为，若消费者物价指数连续两个季度下跌，则表示已经出现通货紧缩。

20世纪30年代的大萧条后，全球范围内没有再次爆发大规模的资产泡沫。到了20世纪70年代，人们仍然没有意识到泡沫和萧条之间的关联性。直到日本遭受了严重的泡沫危机后，其经济在随后的10多年里持续萧条，人们终于意识到：通货膨胀很容易导致通货紧缩随之而来，使经济衰退加剧、经济复兴更加困难。日本在20世纪90年代的通货紧缩被经济学家称之为“失去的十年”，一旦通货紧缩已经形成，要想让经济继续增长是非常困难的。

与通货膨胀相反，通货紧缩意味着消费者购买力增加，但持续下去会导致债务负担加重，企业投资收益下降，消费者消极消费，国家经济可能会陷入价格下降与经济衰退相互影响、恶性循环的严峻局面。通货紧缩的危害表现在：物价下降了，却在暗中让个人和企业的负债增加了，因为持有资产实际价值缩水了，而对银行的抵押贷款却没有减少。比如人们按揭购房，通货紧缩可能使购房人拥有房产的价值，远远低于他们所承担的债务。

理论认为，通货紧缩一般依以下传导影响经济增长：物价下跌一企业亏损一企业裁员一消费下降一供过于求一投资减少一物价再度下跌。物价下跌，首当其冲的是企业利润下降，亏损企业大幅度增加，生产跟着下降，继之，企业将裁员以减低成本。

数据显示，美国2008年11月首次申请失业救济人数已创下了16年来新高；香港10月个人申请破产较9月增加13%，申请公司强制清盘的比去年同期增加50%。最近几个月，美、日、欧的各大企业集团都传出裁员的消息，这些信息都在打击着世界经济的信心。

通货紧缩对消费者信心的打击也会让通货紧缩形成恶性循环。在通货紧缩情形下，大量的失业以及工资下降的情况让消费者的支出更趋谨慎，缩减支出，市场则因此而供过于求，只能让物价再向下调整，逐渐造成物价、薪资、利率、原材料价格等齐齐下跌，倒闭的企业越来越多，失业人口越来越多，形成恶性循环。

经济学家认为，目前全球的通货紧缩隐患主要是由以下几点原因引起的：首先，因经济周期导致的景气循环，需求下滑或延后；其次，经济全球化浪潮的推动，发展中国家的大量出口，推动国际市场产品和服务的激烈竞争；再次，高科技的进步和普遍应用进一步降低生产成本，增强跨国竞争的趋势；最后，全球性的贫富差距扩大，导致总需求不足。此外，美日欧三大经济体中政府的不当政策以及企业的不法行为也是引发通货紧缩压力的重要原因。以美国为例，在网络泡沫和企业诚信危机的重创下，经济迟迟没有强劲复苏，对伊拉克动武的可能性又再度为经济前景蒙上了阴影。



老百姓的福祉——经济增长

我们常常能够在电视中看到经济增长率这样的字眼，那么经济增长究竟是个什么概念呢？

经济增长就是国民收入的增长，是指一国生产的商品和劳务总量的增加，即国内生产总值的增加或国民生产总值的增加。说白了，就是现在生产出的东西比过去更多，或者现在的收入比过去更高。

经济增长是每一个老百姓的福祉，因为经济增长就意味着人们有更多的就业机会，有更高的工资，有更大的消费选择范围和更多的投资选择。

可是就像一个企业不可能永远处于高峰一样，一个国家也不可能永远实现增长，那么，经济不增长或者负增长的现象就叫做经济衰退。历史上著名的大萧条就是美国于1930年代发生的萧条。

1929年，美国似乎日趋繁荣，工业生产指数上升，股票市场行情高涨，实业家、学究式的经济学家和政府领导人都表示对未来充满信心。可是从1929年秋开始，股票市场的价格跌到了最低点，世界范围的经济萧条随之而来，而且萧条的强烈程度和延续时间的长久都是空前的。大量工人失业，许多人无家可归，工厂倒闭，银行破产，人们的生活没有保障……经济萧条严重影响了人们的生活。

在经济景气的时候，大批的经营者都会顺应好运大赚一笔；但是当经济萧条的时候，却有大量企业被洗牌出局，剩下的也只能苟延残喘，龟缩不前。萧条并不可怕，很多企业正是在萧条中成长起来的。

台塑企业就走了这样一条不同寻常的路，在经济低迷时企业的老总王永庆仍然坚持投资塑料行业。这在当时被很多人看做是将钱往水里扔，可是王永庆有自己的道理，卖冰淇淋必须从冬天开始，因为冬天顾客少，会逼迫你降低成本，改善服务。如果能在冬天的逆境中生存，就再也不会害怕夏天的竞争。后来这条规律被别人总结成“冰淇淋哲学”。

如果在逆境中能够活得不错，那么在顺境里一定会表现得更好。经济有繁荣也有萧条，商业行情有高涨也有跌落，这些都是在市场竞争中必须面对的难题，是任何人都没有能力改变的。所以，萧条是对企业的考验，能够胜出的，便是强者。一个企业要想做大做强，就必须学会把握经济不景气时的机会，在萧条时能够生存下来，那么经济复苏的时候就会迅速发展壮大。

不少经济学家不赞同从外因角度来分析经济增长，认为经济增长是由内因推动的，如一国的货币政策、投资环境、消费量、心理预期等。

人们都希望经济增长，因为这样企业才能够欣欣向荣，人们才更容易就业，工资才更高，消费品市场才更丰富。那么，影响经济增长的因素有哪些呢？从经济的主要构成部分来看，主要有以下几部分。

第一是投资。在经济学方面，投资是指购买（或生产）资本货物——不会被消耗掉而反倒是被使用在未来生产的物品。实例包括了修造铁路或工厂，清洁土地，或让自己读大学等。投资多了，比如开一场工厂，就可以雇佣更多的人来工作，提供了就业机会；生产出来的产品投放到市场上，为人们提供了消费品；企业的利润通过一部分税收的形式上交给国家，就形成了财政的收入。因此，投资是促进经济增长的有效途径之一。

第二是消费。厂商生产出来的产品是需要转化成货币的，这样才能付给供应商货款以购买更多的原料，进行下一步的生产。消费者是消费品的最终需求者，如果没人购买产品，那么厂商也就不会再生产了。如果消费增加，就能够推动厂商生产的积极性，这就是为什么现在经济新闻都在将促进内需的原因。从另一方面来看，消费就是市场，很多跨国企业都看好中国市场的发展，正是因为这里的人口众多，消费潜力巨大。

第三是政府购买。各级政府在商品与劳务上的总支出，它是国内总需求的组成部分之一。政府购买大致有两种：①从居民那里购买劳务；②从企业或公司购买商品。因此，这种公共支出包括工作人员和武装人员的薪资支付和购买各种公用物资的开支。政府购买也是消费的一种，只不过经济学中把居民的消费和政府的消费分开来看，因为政府的消费是可以直接调节的，所以就可以作为促进经济增长的手段。

第四是国际贸易。国际贸易是出口与进口的差额，可以看做是外国人对本国的净消费。如果国外对本国产品的需求增加了，自然就会促进本国生产更多的产品，那么就促进了经济的增长。

经济增长是每个老百姓的福祉，只有国力强大了，才能够让人民更富裕。因此，下一次，当你听新闻说国内生产总值增长了多少时，就发自内心地微笑吧，因为经济在增长，你的生活也会更美好！



经济活动是如何波动的？——经济周期

美国经济学家W.米契尔和A.伯恩斯给经济周期下了这样一个定义：经济周期是以商业为主的国家总体经济活动的一种波动；一个周期包括同一时间内许多经济活动中发生的扩张，继之以同样普遍的衰退、收缩，以及引起转入下一个周期扩张阶段的复苏；这种变化的顺序重复出现但没有周期性；经济周期的时间从1年多到10年或12年不等；这些周期不能再分为与它们本身的特点相似的、更短的周期。经济活动的繁荣与萧条交替出现的周期性波动。这种波动通过国民生产总值、工业生产指数、就业人数、物价水平等综合性经济指标表现出来。

根据这一定义，一般把经济周期分为4个阶段：经济活动高涨的扩张或繁荣阶段、经济活动低落的收缩或萧条阶段、由繁荣过渡到萧条的衰退阶段、由萧条过渡到繁荣的复苏阶段。其中，前两个阶段是经济周期的主要阶段。

由于所根据的资料和划分经济周期的依据不同，一般又把经济周期分为3~4年的短周期、10年左右的中周期和50年左右的长周期3种类型。美籍奥地利经济学家J.熊彼特把这3种类型统一了起来，认为一个长周期包括6个中周期，1个中周期包括3个短周期。

许多经济学家对经济周期的原因进行了探讨，形成了不同的周期理论。其中主要有：英国经济学家霍特里用货币因素来解释经济周期的纯货币理论；瑞典经济学家卡塞尔、魏克赛尔和奥地利经济学家F.密塞斯和F.哈耶克用投资来解释经济周期的投资过度理论；美籍奥地利经济学家J.熊彼特用创新来解释经济周期的创新理论；英国经济学家A.C.庇古和J.M.凯恩斯用心理变动来解释经济周期的心理理论；美国经济学家P.萨缪尔森用乘数与加速数的相互作用来解释经济周期的乘数—加速数模型；等等。为了熨平经济中的周期波动，政府采取了反周期的经济政策。经济周期是宏观经济学所研究的主要问题之一。

日本从20世纪50年代开始经济起飞，特别是1960年以后，进入了一个国民经济持续高速发展的新阶段。日本劳动省《每月勤劳统计调查》发表

的调查资料指出，从1960—1990年的30年时间里，日本全国国民生产总值以每年平均6%~8%的速度连年上升，其中六大城市年平均上升速度则达到8%~10%，中间没有出现衰退萧条，从而形成一个长达30年持续发展的经济繁荣期。这也是第二次世界大战以后世界各国中一个突出的特长的经济繁荣期。

造成日本长时间经济繁荣期的主要原因有：一是原有的经济基数较低，有很大的发展空间；二是这30年都是日本自由民主党执政，没有发生影响政局的波动；三是日本是战败国，这些年国防经费不超过财政收入的2%，可以把主要的人力、物力和财力集中用于发展经济；四是美国在朝鲜和越南战争期间，把日本作为一个重要的“后勤基地”，大量的军需物资都在日本购买，因而发了“战争财”。不仅在经济上发了财，在技术上也发了财，例如，美国的军车和其他技术装备大都在日本维修(后来还逐步增加购买量)，要求维修技术和零配件都要达到美国的技术标准，并由美国的技术人员进行检查督导，这就对日本的机械工业、汽车工业和相关工业的人才培养以及技术的提高起到了推动作用；五是日本人被称为“经济动物”，既善于做生意，又善于把外国的先进技术“搞”到手加以发展并迅速投入生产。

从1991年以后，日本进入了经济萧条期，直到2004年才开始有复苏的迹象，又出现了一个近13年的超长萧条期。繁荣期和萧条期相加，日本这一个长经济周期超过了40年。



创新在经济发展中的作用——创新经济周期理论

创新经济周期理论是由美籍奥地利经济学家J.熊彼特提出的一种用创新来解释经济周期的理论。这种理论认为，经济周期是创新所引起的旧均衡的破坏和向新均衡的过渡。社会正是在这种旧均衡破坏和新均衡的形成中发展前进的，因此，经济周期是正常的。

熊彼特首先提出了经济周期的“纯模式”，用来解释经济周期的两个主要阶段——繁荣和衰退的交替。创新为创新者带来了盈利，引起其他企业仿效，形成创新浪潮。创新浪潮的形成引起对银行信用和生产资料的需求的增加，引起经济高涨，形成繁荣。随着创新的普及，盈利机会消失，对银行信用和生产资料的需求减少，引起经济收缩，这就形成衰退，直至另一次创新出现，经济再次繁荣。

但是，经济周期实际上包括了繁荣、衰退、萧条、复苏4个阶段。熊彼特用创新所引起的“第二次浪潮”来解释这一点。这就是，在第一次浪潮中，创新引起了对生产资料需求的扩大和银行信用的扩张，这就带动了生产资本品的部门扩张，进而又带动了生产消费品的部门扩张。这种扩张引起物价的普遍上升，投资机会增加，

出现了投机。这就是第二次浪潮，它是对第一次浪潮的反应。然而这两次浪潮有重大的区别。第一次浪潮是创新的直接后果，而第二次浪潮中许多投资机会与本部门的创新无关。这样，第二次浪潮中不仅包含了纯模式中所不存在的失误和过度投资行为，而且它不具有自行调整走向新均衡的能力。因此，在纯模式中，创新引起经济自动地从衰退走向繁荣。而现在由于第二次浪潮的作用，经济中紧接着衰退出现的是另一个病态的失衡阶段——萧条。萧条之后，第二次浪潮的反应逐渐消除，经济转向复苏。复苏是作为从萧条中恢复过来的必要阶段而存在的。要从复苏进入繁荣，则必须再次出现创新。熊彼特还用创新大小的不同来解释经济周期的长短。他认为，小创新引起短周期，中创新引起中周期，大创新引起长周期。

农民通过改变耕作方法（如使用新的品种），在资本投入、劳动投入和耕种土地面积不变的情况下，获得更多的收成，这就属于创新。为了更好地理解熊彼特的创新概念，我们再看一个日常生活中的例子。

50多年前，曾经有一位老人这样想象共产主义的生活，他说，到了共产主义社会，人人家里都有两个糖罐，一个装满白糖，另一个装满红糖。这位老农对发展的理解只是简单的数量的增加，没有考虑到未来会出现许多新的产品，所以，社会的发展也就同他所预想的大不相同了。

今天，我们离共产主义仍然很遥远，但单从吃糖的角度来看，人们早已不再把吃红糖和白糖当作乐事了，而且对糖果店里五花八门的新品糖果也并不满足，现在社会上正在流行木糖醇这样的代糖品。

木糖醇的商业化就是一种创新，木糖醇可被当做糖尿病患者的代糖使用。另外，由于木糖醇有一种清凉的口感，而且对预防蛀牙有显著的作用，因此木糖醇现在被广泛地用于食品饮料和医药行业中。

推动资本主义生产周期性地循环往复地上下波动向前发展的创新是多种多样、千变万化的。有的创新影响大；有的创新影响小；有的需要相当长的时间才能实现；有的只需要较短的时间就能引进经济之中。总之，创新的大小及其重要性不同决定了经济周期时间的不同。



世界各国的经济发展历程——经济成长阶段论

美国当代著名经济学家华尔特·惠特曼·罗斯托提出的经济成长阶段的理论。他将经济发展分为传统社会、为“起飞”创造前提、“起飞”、向成熟挺进、高额群众消费与追求生活质量六个成长阶段。

“经济成长阶段论”既是一种关于经济成长的学说，又是一种关于整个现代史的更一般性的学说。罗斯托认为，决定社会经济发展的最终动因是人的六种主观动机：

发展科学的动机、把科学应用于经济的目的、创新动机、寻求物质进步的动机、消费动机、生儿育女的动机。在这些动机的推动下，人类社会由低级成长阶段向高级成长阶段依次过渡是必然的规律，世界各国经济发展的历史过程，大都要经过这六个不同的阶段。

(1) 传统社会阶段：其社会结构是在生产功能有限的情况下发展起来的，它是以牛顿以前的科学和技术以及牛顿以前对物质世界的态度为基础的。当时生产力水平低下，因而不得不将很大一部分生产力量用于农业。家族和氏族关系在社会组织中起着很大的作用。中国的各朝代、中东和地中海文明以及中世纪的欧洲都属于传统社会阶段。

(2) 为"起飞"创造前提的阶段：在这一阶段，近代科学技术开始在工农业中发生作用，占人口75%以上的劳动力逐渐从农业转移到工业、交通、商业和服务业，自给自足的社会转变到开放的社会，出生率降低，投资率的提高明显超过人口增长的水平。这一阶段的主导部门有两个，一是农业和采掘业；二是社会间接资本投资业。这一阶段是过渡时期。

(3) "起飞"阶段："起飞"阶段是一个社会历史过程中有决定意义的时期，进入此阶段，社会就会获得持续增长。这个阶段相当于产业革命时期。"起飞"阶段的必要条件是：净投资在国民收入中的比例由5%提高到10%以上。"起飞"阶段的标准是：具有自我持续增长的能力，其中包括足够大的投资率，主导部门的发展以及相应的和必要的社会、政治体制和结构。

(4) 向成熟挺进阶段：在这个时期，社会已经把当时的现代科学技术应用于大部分资源配置，工业向着多元化方向发展，部门结构不断发生变化，国际贸易呈现巨大的增长。"这是一个提供新的富有希望的选择自由的时代，也是一个带有危险性的时代"。

(5) 高额群众消费阶段：社会发展到成熟阶段之后，主要的注意力就从供给转移到需求上，主导部门转到耐用消费品和服务业。这个阶段有三个目标：一是国家追求在国外的势力和影响；二是福利国家；三是提高消费水平。

(6) 追求生活质量阶段：在这一阶段，主导部门已不再是耐用消费品工业，而是用于提高生活质量的行业，如教育、保健、医疗、社会福利、文娱和旅游等部门。

在上述六个经济成长的阶段中，第三阶段即"起飞"阶段和第六阶段即追求生活质量阶段，是人类经济成长中两个关键性的阶段。起飞阶段与生产方式的急剧变革联系在一起，意味着工业化和经济发展的开始。这一阶段在所有阶段中是最关键的阶段，是经济摆脱不发达状态的分水岭。

所谓“起飞”是指在工业化初期的较短时间（20~30年）内实现基本经济结构和生活方法上的剧烈转变。它需要三个条件：一是10%以上的投资率；二是建立“起飞”的主导部门；三是要有制度上的变革。

从第五阶段向第六阶段的过渡，是人类社会发展中的重大“突破”，意义在于，从此人类历史上将第一次不再以有形产品的多少来衡量社会的成就，而要将以劳务形式反映的“生活质量”的程度作为衡量成就的新标志。当中国经济学界炒作“四小龙”、“四小虎”时，“起飞”一词频频见诸学术文章和报端，为中国老百姓描绘了一幅从“起飞”到“高额群众消费”的美妙图景。

韩国经济起飞始于20世纪60年代初期，之后30年来，一直保持高速增长的势头。据世界银行《1992年世界发展报告》统计，1965—1990年韩国人均国民生产总值（GNP）年增长率为7.1%，列世界各国之首。按美国斯坦福大学教授莫克尔斯提出的“现代国家主要指标”剖析，韩国1990年人均GNP为5400美元，第三产业在GNP所占比重为46%，非农业就业人口比例、受过基础教育人口比例、适龄青年接受高等教育人数、城市人口比重、平均人口预期寿命、人口自然增长率等均已达标，可见90年代的韩国已进入国民经济现代化阶段。对外开放进而实现市场经济国际化被认为是韩国经济起飞过程中成功的因素之一。国际舆论称之为“韩国奇迹在战争的废墟上出现”。

罗斯托的经济成长阶段论对落后国家追赶先进国家具有重要的指导意义，是一种重要的现代化理论。一些国家在现代化进程中曾经自觉地实践了罗斯托的理论并取得了巨大的成功，韩国就是其中的一个代表，所以罗斯托本人经常把韩国人叫做“起飞小子（take-off boys）”。我们也可以亲身感受到，中国从改革开放前到今天的发展同罗斯托在经济成长阶段论中的描述惊人地相似。



经济周期性波动的原因——乘数—加速原理

乘数—加速原理是把投资水平和国民收入变化率联系起来解释国民收入周期波动的一种理论。

乘数—加速原理相互作用理论是凯恩斯主义者提出的。凯恩斯主义认为引起经济周期的因素是总需求，在总需求中起决定作用的是投资。这种理论正是把乘数原理和加速原理结合起来说明投资如何自发地引起周期性经济波动，又称“乘数-加速模型”。

经济学家认为，经济中之所以会发生周期性波动其根源正在于乘数原理与加速原理的相互作用。具体来说，乘数一加速原理所说明的是：

第一，在经济中投资、国内生产总值、消费相互影响，相互调节。如果政府支出为既定的（政府不干预经济），只靠经济本身的力量自发调节，那么，就会形成经济周期。经济周期中各阶段的出现，正是乘数与加速原理相互作用的结果。而在这种自发调节中，投资是关键，经济周期主要是由投资引起的。

第二，乘数与加速原理相互作用引起经济周期的具体过程是，投资增加通过乘数效应引起国内生产总值的更大增加，国内生产总值的更大增加又通过加速效应引起投资的更大增加，这样，经济就会出现繁荣。然而，国内生产总值达到一定水平后由于社会需求与资源的限制无法再增加，这时就会由于加速原理的作用使投资减少，投资的减少又会由于乘数的作用使国内生产总值继续减少。这两者的共同作用又使经济进入衰退。衰退持续一定时期后由于固定资产更新，即大规模的机器设备更新又使投资增加，国内生产总值再增加，从而使经济进入另一次繁荣。正是由于乘数与加速原理的共同作用，经济中就形成了由繁荣到衰退，又由衰退到繁荣的周期性运动。

第三，政府可以通过于预经济的政策来减轻，甚至消除经济周期的波动。

乘数—加速原理表明国内生产总值的变化会通过加速数对投资产生加速作用，而投资的变化又会通过投资乘数使国内生产总值成倍变化，加速数和投资乘数的这种交织作用便导致国内生产总值周而复始的上下波动。

> 乘数原理是凯恩斯在边际消费倾向的基础上建立的，其经济含义可以归结为，投资变动给国民收入带来的影响，要比投资变动更大，这种变动往往是投资的变动的倍数。通过乘数原理，凯恩斯得到了国民收入（Y）与投资量（I）之间的确切关系，将其经济理论导向经济政策，并指导经济实践。
>
> 加速原理（acceleration principle）是根据现代机器大生产应用大量固定资本设备的技术特点，说明收入或消费的变动所引起的投资变动的理论，即在没有多余的固定资本设备的情况下，收入或消费的增加，必然引起投资若干倍的增加，收入或消费的减少必然引起投资若干倍的减少。
>
> (1) 投资或者资本品生产的变动虽然是由收入（产量）的变动引起的，但前者的变动比后者要大得多，收入（产量）的轻微变动都会引起投资或资本品生产的剧烈波动。
>
> (2) 要想使投资增长率不至于下降，产量就必须持续按一定比率连续增长。如果产量的增长率放慢了，投资增长率就会停止或下降。这就意味着即使产量的绝对量并没有绝对地下降，而只是相对地放慢了增长速度，也可能会引起经济衰退。
>
> (3) 加速的含义是双重的，也就是说加速原理在正反两方面都起作用，当产量或收入增加时，投资或资本品的生产就会加速增长，当收入或产量

减少时，投资或资本品的生产也会加速减少。



如何治疗经济危机的“后遗症”？——休克疗法

休克疗法本是医学术语，20世纪80年代中期，被美国经济学家萨克斯引入经济领域。“休克疗法”原是医学上临床使用的一种治疗方法。后来，这一医学方法被用来治疗经济危机的“后遗症”———通货膨胀。

此种经济药方的基本用意在于：采取严格从紧的金融货币政策，辅以压缩消费的手段，强行弥合总供给与总需求之间的缺口，以达到短时间内遏制通货膨胀的目的。由于上述经济措施具有很强的冲击性，社会经济会受到极大的震荡，甚至处于“休克状态”，故有了医学上的“休克疗法”的说法。

> 休克疗法的最早提出，是萨克斯被聘担任玻利维亚政府经济顾问期间所为。玻利维亚是南美一个经济落后的小国，由于长期政治局势动荡不安，政府经济政策不断失误，由此引发的经济问题大量积累而又得不到解决，终于导致了一场严重的经济危机。当时玻利维亚通货膨胀率高达24000%，经济负增长达12%，民不聊生，政局动荡。萨克斯临危受聘，向该国献出锦囊妙计放弃扩张性经济政策，紧缩货币和财政，放开物价，实行自由贸易，加快私有化步伐，充分发挥市场机制的作用。上述做法一反常规，短期内造成剧烈的经济震荡，仿佛病人进入休克状态一样，但随着市场供求恢复平衡，经济运行也回归正常。两年后，玻利维亚的通货膨胀率降至15%，GDP增长21%，外汇储量增加了20多倍。

休克疗法又称“激进式改革”，其主要特征是急速地和短期性地进行改革。由于这种方式突然间地打破了原有经济运行的各种秩序，易导致经济的严重混乱和社会动荡，给经济发展造成损害。而中国的改革过程，人们一般称为“渐进式改革”。在其实质性内容的层面上，则是强调自己是在坚持社会主义基本制度和原则基础上的自我完善。渐进式改革的一个最基本的特征是，在基本社会体制框架（特别是政治制度）和主导性意识形态不发生变化的前提下进行改革。

最为国人所熟知的“休克疗法”是，20世纪80年代末90年代初，东欧国家以及前苏联政局突变，各国急需摆脱经济危机，尽快实现从社会主义“计划经济”向资本主义“市场经济”的转轨。

> 俄罗斯新政府组成后，当时盖达尔政府的经济改革措施就采取了“休克疗法”的思路。1992年初，俄罗斯正式进行经济改革，其主要内容是：全部放开价格；商业、外贸自由化；大规模私有化。主要措施包括：一次大范围地放开物价，形成自由价格制度，为经济市场化创建必要的条件；

实施严厉的财政金融政策，紧缩银根；大规模推行私有化；实行外贸体制改革，外经贸活动自由化。前苏联解体10余年来，虽然俄罗斯老百姓的生活经历了多次动荡，但是百姓最低工资标准增长了7倍，2000年俄罗斯的GDP增长9%，摆脱了僵化的“计划经济”的阴影，在经济上终于实现了成功的转轨。

假如人生是一场游戏
——博弈论篇



出卖，还是合作？——囚徒困境

1950年，数学家塔克任斯坦福大学客座教授，在给一些心理学家做讲演时，他用两个囚犯的故事，对当时专家们正研究的一类博弈论问题，做了形象的解释。从此以后，类似的博弈问题便有了一个专门名称——“囚徒困境”。借着这个故事和名称，“囚徒困境”广为人知，在哲学、伦理学、社会学、政治学、经济学乃至生物学等学科中，获得了极为广泛的应用。所谓的“囚徒困境”，大意是这个样子的：

甲、乙两个人一起携枪准备作案，被警察发现抓了起来。警方怀疑，这两个人可能还犯有其他重罪，但没有证据。于是分别进行审讯，为了分化瓦解对方，警方告诉他们，如果主动坦白，可以减轻处罚；如果顽抗到底，一旦同伙招供，你就要受到严惩。当然，如果两人都坦白，那么所谓“主动交代”也就不那么值钱了，在这种情况下，两人还是要受到严惩，只不过比一人顽抗到底要轻一些。在这种情形下，两个囚犯都可以做出自己的选择：或者供出他的同伙，即与警察合作，从而背叛他的同伙；或者保持沉默，也就是与他的同伙合作，而不是与警察合作。这样就会出现以下几种情况（为了更清楚地说明问题，我们给每种情况设定具体刑期）。

如果两人都不坦白，将会以非法携带枪支罪而将二人各判刑1年；

如果其中一人招供而另一人不招，坦白者作为证人将不会被起诉，另一人将会被重判15年；

如果两人都招供，则两人都会各判10年。

这两个囚犯该怎么办呢？是选择互相合作还是互相背叛？从表面上看，他们应该互相合作，保持沉默，因为这样他们俩都能得到最好的结果——只判刑1年。但他们不得不仔细考虑对方可能采取什么选择。问题就这样开始了，甲、乙两个人都十分精明，而且都只关心减少自己的刑期，并不在乎对方被判多少年（人都是有私心的嘛）。

甲会这样推理：假如乙不招，我只要一招供，马上可以获得自由，而不招却要坐牢1年，显然招比不招好；假如乙招了，我若不招，则要坐牢15年，招了只坐10年，显然还是以招认为好。无论乙招与不招，我的最佳选择都是招认。还是招了吧。

自然，乙也同样精明，也会如此推理。

于是两人都做出招供的选择，这对他们个人来说都是最佳的，即最符合他们个体理性的选择。照博弈论的说法，这是本问题的唯一平衡点。只有在这一点上，任何一人单方面改变选择，他只会得到较差的结果。而在别的点上，比如两人都拒认的场合，都有一人可以通过单方面改变选择，来减少自己的刑期。

也就是说，对方背叛，你也背叛将会更好些。这意味着，无论对方如何行动，如果你认为对方将合作，你背叛能得到更多；如果你认为对方将背叛，你背叛也能得到更多。你背叛总是好的。这是一个有些让人寒心的结论。

为什么聪明的囚犯，却无法得到最好的结果呢？两个人都招供，对两个人而言并不是集体最优的选择。无论对哪个人来说，两个人都不招供，要比两个人都招供好得多。

“囚徒困境”这个问题为我们探讨合作是怎样形成的提供了极为形象的解说方式，产生不良结局的原因是囚犯二人都基于自私的角度开始考虑，这最终导致合作没有产生。陷入囚徒困境的两个人，忠于协议和相互背叛哪个是更具优势的策略？面对困境，如何共同努力走出去，实现双赢？如何巧妙利用困境，解决棘手的难题？如何制造困境，降低商业的成本？在面对困境时，你应该注意哪些问题呢？

其实，囚徒困境给我们提出了两个问题，一是人的自私问题，二是对别人的信心问题。在生活中，囚徒困境可能会随时发生在我们身上，所以，一个很现实的问题就是如何走出囚徒困境。由于博弈的双方都是想取得一个令自己满意的结果，所以，首先应该要保证自己对对方充满信任是非常重要的。摒除猜疑的想法，建立起一种相互信任的气氛，可以极大地帮助人们走出困境。

1944年的圣诞夜，两个迷了路的美国大兵拖着一个受了伤的兄弟在风雪中敲响了德国西南边境亚尔丁森林中的一栋小木屋的门，屋子的主人，一个善良的德国女人，轻轻地拉开了门上的插销。

家的温暖在一瞬间拥抱了三个又冷又饿的美国大兵。女主人开始有条不紊地准备着圣诞晚餐，没有丝毫的慌乱与不安，没有丝毫的警惕与敌意。因为她相信自己的直觉：他们只是战场上的敌人，而不是生活中的坏人。美国大兵们静静地坐在炉边烤火，除了燃烧的木柴偶尔发出一两声脆响外，静的几乎可以听见雪花落地的声音。

正在这时候，门又一次被敲响了。站在满心欢喜的女主人面前的，不是来送礼物和祝福的圣诞老人，而是四个同样疲惫不堪的德国士兵。女主人同样用西方人特有的方式告诉她的同胞，这里有几个特殊的客人。今夜，在这栋弥漫着圣诞气息的小木屋里，要么发生一场屠杀，要么一起享用一顿可口的晚餐。在女主人的授意下，德国士兵们垂下枪口，鱼贯进入小木屋，并且顺从地把枪放在墙角。

于是，1944年的圣诞烛火见证了或许是二战史上最为奇特的一幕：一名德国士兵慢慢蹲下身去，开始为一名年轻的美国士兵检查腿上的伤口，尔后扭过去向自己的上司急速地诉说着什么。人性中善良温情的一面决定了他们的感觉是奇妙而美好的，没有人担心对方会把自己变成用于邀功请赏的俘虏。第二天，睡梦中醒来的士兵们在同一张地图上指点着，寻找着回到己方阵地的最佳路线，然后握手告别，沿着相反的方向，消失在白茫茫的林海雪原中。

上面这个故事中的美国士兵和德国士兵可以说是战争的死敌，但是由于受到客观条件的影响，共同陷入了困境。庆幸的是，他们和女主人一起建立了一种和谐的关系，并最终一同走出了困境，令人称奇。

试想一下，如果在这个困境中，只要有一方产生了不和谐的想法，势必会引发杀戮，结果必然是两败俱伤。所以，保持这种和谐信任的关系，是双方的明智之举，而这种关系必须依赖于相互信任的态度。

囚徒困境的核心问题在于，一方由于担心对方会出卖自己、不跟自己合作，便会为了维护自己的利益而先采取有利于自己的措施。产生这种现象的根源在于，两方当事人事先不能通气，互相不知道对方会做出什么样的选择，完全在猜测中进行决策，自然也就缺乏对对方准确的判断。那么在生活中，如果能够避开这种信息的沟通不畅，就可以很好地合作，收到想不到的效果。

加利福尼亚州有两个互为敌手的商店——美西日用品商店和莱特廉价品商店。他们正好紧挨着，两店的老板是死敌，他们一直进行着没完没了的价格战。

“出售爱尔兰亚麻床单，甚至连有鹰一般眼睛的贝蒂·瑞珀女士都不能找出任何疵点，不信请问她；而这床单的价格又低得可笑，只需6美元50美分”。

当一个店的橱窗里出现这样的手写告示时每位顾客都会习惯地等另一家廉价品商店的回音。

果然，大约过了两小时，另一家商店的橱窗里出现了这样的告示：“瑞珀女士该配副近视眼镜了，我的床单质量一流，只需5美元95美分”。

价格大战的一天就这样开始了。除了贴告示以外，两店的老板还经常站在店外尖声对骂，经常发展到拳脚相加，最后总有一方的老板在这场价格战中停止争斗，价格不再下降，骂对方是疯子，这就意味着对方胜利了。

这时，围观的、路过的、还有附近每一个人都会拥入获胜的廉价品商店，将床单和其他物品抢购一空。在这个地区，这两个店的争吵是最激烈的，也是持续时间最长的，因此竟很有名声，住在附近的每个人都从他们的争斗中获益不少，买到了各式各样的“精美”商品。

突然有一天，一个店的老板死了，几天以后，另一个店的老板声称要去外地采货，这两家商店都停业了。过了几个星期，两个商店分别来了新老板。他们各自对两个商店前任老板的财产进行了详细的调查。一天检查时，他们发现两店之间有条

秘密通道，并且在两商店的楼上两老板住过的套房里发现了一扇连接两套房子的门。新老板很奇怪，后来多方了解才知道，这两个死对头竟是兄弟俩。

原来，所有的诅咒、谩骂、威胁以及一切相互间的人身攻击全是在演戏，每场价格战都是装出来的，不管谁战胜谁，最后还是把另一位的一切库存商品与自己的一起卖给顾客。真是绝妙的骗局。

在现实生活中，只要摒除了囚徒困境中不通信息的弊端，就可以在知情的情况下做出有利于两方的选择，这也就是所谓的“串谋”。

综合来看，囚徒困境给我们的启示有如下几点。

如果你能够在做出决策之前与相关方取得最直接的联系，那么一定要选择双赢的策略，这才是长期合作的战略家眼光。

即便是在不知情的情况下，也要相信你的朋友和战友，只有信任才能让同一利益战线上的人不被击垮。

人的本质是自私和自利的，如果你能够很好地利用这一点，便可以变不利为有利，让自己走出困境。

囚徒困境是对生活的简单抽象，不管如何，你一定要做一个掌握主动权的强悍的“囚徒”，让自己成为事情的主宰者，这样才不会被对手出卖。



搭个便车最省力——智猪博弈

“搭便车”是经济学中很常见的名词，它的意思就是不付成本而坐享他人之利。所谓不费力气就能有所收获，这样的便宜事谁不想要呢？博弈论中有个著名的模型叫“智猪博弈”，能够帮助我们理解搭便车行为，这个模型的主角便是我们熟悉的猪。

假设猪圈里有一头大猪、一头小猪。猪圈的一头有猪食槽，另一头安装着控制猪食供应的按钮，按一下按钮会有一定单位的猪食进槽，两头隔得很远。假设两头猪都是理性的猪，也就是说他们都有着认识和实现自身利益的猪。再假设猪每次按动按钮都会有10个单位的饲料进入猪槽，但是并不是白白得到饲料的，猪按按钮以及跑到食槽需要付出的劳动会消耗相当于2个单位饲料的能量。此外，当一头猪按了按钮之后再跑回食槽的时候，它吃到的东西比另一头猪要少。也就是说，按按钮的猪不但要消耗2单位饲料的能量，还比等待的那个猪吃得少。

再来看具体的情况，如果大猪去按按钮，小猪等待，大猪能吃到6份饲料，小猪4份，那么大猪消耗掉2份，最后大猪和小猪的收益为4:4；如果小猪去按按钮，大猪等待，则大猪能吃到9份饲料，小猪1份，而小猪消耗掉2份，

最后大猪和小猪的收益为9:-1；若两头猪同时跑向按钮，那么大猪可以吃到7份饲料，而小猪可以吃到3份饲料，最后大猪和小猪收益为5:1；最后一种情况就是两头猪都不动，那么它们当然也都吃不到东西，两头猪的收益就为0。

这些文字的表达比较繁杂，我们用以下的表格来表示。数字就表示不同选择下每头猪能吃到的饲料减去消耗量后的纯收益量。

智猪博弈的收益表

大猪/小猪	按按钮	等待
按按钮	5/1	4/4
等待	9/-1	0/0

从这个表格中我们可以看到一个均衡点，那就是大猪按按钮，小猪等待的策略，这个时候，大猪和小猪的净收益都是4个单位的饲料。

而且我们还可以看到的一个奇怪现象就是，如果小猪主动劳动，那么小猪的收益居然是-1，对于小猪来说，这比都躺在那儿不动还要吃亏，小猪当然是不会干的。也就是说，如果是小猪按动按钮，则大猪会在小猪到达食槽前把食物全部吃光，如果是大猪按动按钮，则大猪到达食槽时只能和小猪抢食剩下的一些残羹冷炙。既然小猪劳动不得食，则小猪不会主动按钮，而大猪为了生存，尽管只能吃到一部分，还是会选择劳动（按钮)。那么，在两头猪都有智慧的前提下，最终结果是小猪选择等待，只要搭顺风车就可以了。

对于大猪来说，既然小猪有了这个选择，那么大猪就只有两种结果了，要么也不动，那么两头猪就只能等死了，如果自己去按按钮还有4份饲料可以吃。所以，对大猪来说，等待是一种劣势的策略。我们已经说过了，假设了大猪和小猪都是理性的智猪，那么当大猪知道小猪不会主动去按按钮的时候，它亲自去动手总比不动要强，因此他会为了自己的利益而主动地奔走于踏板和食槽之间。

结论就是，不管大猪采取什么样的策略，对于小猪来说劳动都是一个劣势而略，因此最开始就可以除掉这种可能。在剔除了小猪按按钮这种方案以后，大猪就只有两种方按可供选择。在这两种策略里面，等待是一种绝对劣势的策略，所以也被剔除掉。在剩下的策略里面就只剩下小猪等待、大猪按按钮这个可以供选择的策略了，这就是智猪博弈的最后均衡。

智猪博弈给我们的启示就是：生活中有些事情其实用不着自己费力，不妨找机会搭个便车，又省力又有实惠，这样的美事谁不希望呢？历史上有名的草船借箭的故事，其实讲的就是如何搭便车、吃免费午餐的诀窍。

周瑜看到诸葛亮挺有才干，心里很妒忌。有一天，周瑜请诸葛亮商议军事，说："我们就要跟曹军交战。水上交战，用什么兵器最好?"诸葛亮说："用弓箭最好。"周瑜说："对，先生跟我想的一样。现在军中缺箭，想请先生负责赶造十万支。这是公事，希望先生不要推却。"诸葛亮说："都督委托，当然照办。不知道这十万支箭什么时候用?"周瑜问："十天造得好吗?"诸葛亮说："既然就要交战，十天造好，必然误了大事。"周瑜问："先生预计几天可以造好?"诸葛亮说："只要三天。"周瑜说："军情紧急，可不能开玩笑。"诸葛亮说："怎么敢跟都督开玩笑。我愿意立下军令状，三天造不好，甘受惩罚。"周瑜很高兴，叫诸葛亮当面立下军令状，又摆了酒席招待他。诸葛亮说："今天来不及了。从明天起，到第三天，请派五百个军士到江边来般箭。"诸葛亮喝了几杯酒就走了。

鲁肃对周瑜说："十万支箭，三天怎么造得好呢? 诸葛亮说的是假话吧?"周瑜说："是他自己说的，我可没逼他。我得吩咐军匠们，叫他们故意迟延，造箭用的材料，不给他准备齐全。到时候造不成，定他的罪，他就没话可说了。你去探听探听，看他怎么打算，回来报告我。"

鲁肃见了诸葛亮。诸葛亮说："三天之内要造十万支箭，得请你帮帮我的忙。"鲁肃说："都是你自找的麻烦，我怎么帮得了你的忙?"诸葛亮说："你借给我二十条船，每条船上要三十名军士。船用青布幔子遮起来，还要一千多个草把子，排在船的两边。我自有妙用。第三天管保有十万支箭。不过不能让都督知道。他要是知道了，我的计划就完了。"

鲁肃答应了。他不知道诸葛亮借了船有什么用，回来报告周瑜，果然不提借船的事，只说诸葛亮不用竹子、翎毛、胶漆这些材料。周瑜疑惑起来，说："到了第三天，看他怎么办!"

鲁肃私自拨了二十条快船，每条船上配三十名军士，照诸葛亮说的，布置好青布幔子和草把子，等诸葛亮调度。第一天，不见诸葛亮有什么动静；第二天，仍然不见诸葛亮有什么动静；直到第三天四更时候，诸葛亮秘密地把鲁肃请到船里。鲁肃问他："你叫我来做什么?"诸葛亮说："请你一起去取箭。"鲁肃问："哪里去取?"诸葛亮说："不用问，去了就知道。"诸葛亮吩咐把二十条船用绳索连接起来，朝北岸开去。

这时候大雾漫天，江上连面对面都看不清。天还没亮，船已经靠近曹军的水寨。诸葛亮下令把船尾朝东，一字儿摆开，又叫船上的军士一边擂鼓，一边大声呐喊。鲁肃吃惊地说："如果曹兵出来怎么办?"诸葛亮笑着说："雾这么大，曹操一定不敢派兵出来。我们只管饮酒取乐，天亮了就回去。"

曹操听到鼓声和呐喊声，就下令说："江上雾很大，敌人忽然来攻，我们探不清虚实，不要轻易出动。只叫弓弩手朝他们射箭，不让他们近前。"他派人去旱寨调来六千名弓弩手，到江边支援水军。一万多名弓弩手一齐朝江中放箭，箭好像下雨

一样。诸葛亮又下令把船掉过来，船头朝东，船尾朝西，仍旧擂鼓呐喊，逼近曹军水寨去受箭。

天渐渐亮了，雾还没有散。这时候，船两边的草把子上都插满了箭。诸葛亮吩咐军士们齐声高喊："谢谢曹丞相的箭！"接着叫二十条船驶回南岸。曹操知道上了当，可是这边的船顺风顺水，已经飞一样地驶出二十多里，要追也来不及了。

二十条船靠岸的时候，周瑜派来的五百个军士正好来到江边搬箭。每条船大约有五六千支箭，二十条船总共有十万多支。鲁肃见了周瑜，告诉他借箭的经过。周瑜长叹一声，说："诸葛亮神机妙算，我真比不上他！"

诸葛亮真是一只贪心的"小猪"，让大猪即曹军白费力气却毫无收获，一半的箭沉入了江水，一半的箭白白送给了东吴，而东吴丝毫没有费力气便得了一个大便宜，无异于天上掉下大馅饼，还有比这更好的顺风车吗！他们做"小猪"还真是有智谋、有胃口。

生活中的也还有很多这样的例子，比如我们所熟知的名人效应，其实都是搭便车的"小猪"，在借"大猪"的力量为自己谋取收益。

TCL为了打造"国产手机第一品牌"的国际化形象，斥巨资1000万元聘请"韩国第一美女"金喜善代言，并力邀国际级导演张艺谋担纲广告片的拍摄。金喜善美丽、高贵、大方，符合产品本身的特质，同时她的国际化背景和对中国年轻时尚群体的巨大感召力也是TCL品牌可以搭便车的重要因素。在金喜善出演的TCL手机品牌形象的广告中没有一句台词，金喜善只是利用自己的肢体语言和表情表达出她对TCL手机的喜爱和信赖。这部广告片在中央电视台的黄金时段进行了投放，取得了很好的传播效果，TCL手机"中国手机新形象"的传播语传遍全国。应该说，邀请金喜善的策略对于迅速打响TCL手机品牌而言是正确而有效的。

还有许多企业，看到市场上的龙头企业推出了新的产品而风靡一时，便立刻模仿跟进，也是一种搭便车的小猪策略，让大猪花费前期的研究开发、市场推广等费用，等市场前景明朗了，自己再跟进就有稳定的收益了。

综合来看，智猪博弈给我们的启示有如下几点。

不妨搭个便车，省点力气，吃点免费的午餐，以便达到事半功倍的效果。

在自己是"小猪"的时候，要找准值得跟随的"大猪"，这样才能借力发展自己。

如果你是大猪，不要将事情做决，要给小猪们留点口粮，这样才会有对彼此都是最好的结果。

对于小猪来说，既然如果不仔细思考就开始劳动却得不到任何的好处，那么，有时候慢一点反倒是好的。

不管你是大猪还是小猪，你的周围总会充满了各种各样的大猪、小猪，

心里盘算着如何让自己获取最大的收益。开动脑筋，让自己更聪明一点，事半功倍地达到想要的结果！



别做最大的笨蛋——搏傻理论

著名的经济学家凯恩斯为了能够专注地从事学术研究，免受金钱的困扰，曾出外讲课以赚取课时费，但课时费的收入毕竟是有限的。于是他在1919年8月，借了几千英镑去做远期外汇这种投机生意。

仅仅4个月的时间，凯恩斯净赚1万多英镑，这相当于他讲课10年的收入。但3个月之后，凯恩斯把赚到的利润和借来的本金输了个精光。7个月后，凯恩斯涉足棉花期货交易，又大获成功。

凯恩斯把期货品种几乎做了个遍，而且还涉足于股票。到1937年他因病而“金盆洗手”的时候，已经积攒起一生都享用不完的巨额财富。

与一般赌徒不同，作为经济学家的凯恩斯在这场投机的生意中除了赚取可观的利润之外，最大也是最有益的收获是发现了“笨蛋理论”，也有人将其称为“博傻理论”。凯恩斯曾举过这样一个例子来说明这一理论：

从100张照片中选出你认为最漂亮的脸，选中的有奖。但确定哪一张脸是最漂亮的脸是要由大家投票来决定的。

试想，如果是你，你会怎样投票呢？此时，因为有大家的参与，所以你的正确策略并不是选自己认为的最漂亮的那张脸，而是猜多数人会选谁就投谁一票，哪怕丑得不堪入目。在这里，你的行为是建立在对大众心理猜测的基础之上的而并非是你的真实想法。

凯恩斯说，专业投资大约可以比做报纸举办的比赛，这些比赛由读者从100张照片中选出6张最漂亮的面孔，谁的答案最接近全体读者作为一个整体得出的平均答案，谁就能获奖；因此，每个参加者必须挑选并非他自己认为最漂亮的面孔，而是他认为最能吸引其他参加者注意力的面孔，这些其他参加者也正以同样的方式考虑这个问题。现在要选的不是根据个人最佳判断确定的真正最漂亮的面孔，甚至也不是一般人的意见所认为的真正最漂亮的面孔。我们必须做出第三种选择，即运用我们的智慧预计一般人的意见，认为一般人的意见应该是什么……这与谁是最漂亮的女人无关，你关心的是怎样预测其他人认为谁最漂亮，又或是其他人认为其他人认为谁最漂亮……

在报纸的选美比赛中，读者必须同时设身处地地从其他读者的角度思考，这时，他们与其按绝对标准选择一个漂亮的女子，不如说某个选美的女子比其他女子漂亮很多倍，这样它就可以成为一个万众瞩目的焦点。不过，读者的工作就没那么简单。

假定这100个决赛选手简直不相上下，最大的区别莫过于头发的颜色。在这100个人当中，只一个红头发的姑娘。你会不会挑选这位红头发的姑娘?

人们都会跟随别人的选择、猜测别人的选择，进而依据这些信息来做出自己的判断，而不是依据自己的理性推断。这就是博傻理论产生的根源，敢于博傻的人，都是在利用人们内心中存在的“从众心理”，找到更大的笨蛋，那么你就是胜者。

最简单的例子莫过于股票市场，股指越高的时候，人们越敢进入，也是这个道理。人们之所以完全不管某个东西的真实价值，而愿意花高价购买，是因为他们预期有一个“更大的笨蛋”，会花更高的价格，从他们那儿把它买走。比如说，你不知道某个股票的真实价值，但为什么你会花20块钱去买一股呢? 因为你预期当你抛出时会有人花更高的价钱来买它。

博傻理论所要揭示的就是投机行为背后的动机，投机行为的关键是判断“有没有比自己更大的笨蛋”，只要自己不是最大的笨蛋，那么自己就一定是赢家，只是赢多赢少的问题。如果再也没有一个愿意出更高价格的更大的笨蛋来做你的“下家”，那么你就成了最大的笨蛋。可以这样说，任何一个投机者信奉的无非是“最大的笨蛋”理论。

这一理论的直接恶果，就是促成了投机的氛围，使得人们偏离理性的行为决策范畴，成为跟风、投机的大笨蛋，最终都损失惨重。人们绝难想到世界经济发展史上第一起重大投机狂潮，是由一种小小的植物引发的。这一投机事件是因荷兰由一个强盛的殖民帝国走向衰落而被载入史册的，它也是迄今为止证券交易中极为罕见的一例。经济学上的特有的名词“郁金香现象”便由此而出!

郁金香是一种百合科多年生草本植物，原产于小亚细亚，在当地极为普通。一般仅长出三四枚粉白色的广披针形叶子，根部长有鳞状球茎。每逢初春乍暖还寒时，郁金香就含苞待放，花开呈杯状，非常漂亮。郁金香品种很多，其中黑色花很少见，也最珍贵。郁金香的花瓣上，多有条纹或斑点，容易受病毒的侵袭。

17世纪的荷兰社会是培育投机者的温床。人们的赌博和投机欲望是如此强烈，美丽迷人而又稀有的郁金香难免不成为他们猎取的对象，机敏的投机商开始大量囤积郁金香球茎以待价格上涨。在舆论的鼓吹之下，人们对郁金香的倾慕之情愈来愈浓，最后对其表现出一种病态的倾慕与热忱，以致拥有和种植这种花卉逐渐成为享有极高声誉的象征。人们开始竞相效仿疯狂地抢购郁金香球茎。起初，球茎商人只是大量囤积以期价格上涨抛出，随着投机行为的发展，一大批投机者趁机大炒郁金香。一时间，郁金香迅速膨胀为虚幻的价值符号，令千万人为之疯狂。

郁金香在培植过程中常受到一种“花叶病”的非致命病毒的侵袭。病毒使郁金香花瓣产生了一些色彩对比非常鲜明的彩色条或“火焰”，荷兰人极其珍视这些被称之为“稀奇古怪”的受感染的球茎。

“花叶病”促使人们更疯狂地投机。不久，公众一致的鉴别标准就成为：“一个

球茎越古怪其价格就越高！”郁金香球茎的价格开始猛涨，价格越高，购买者越多。欧洲各国的投机商纷纷拥集荷兰，加入了这一投机狂潮。

1636年，以往表面上看起来不值一钱的郁金香，竟然达到了与一辆马车、几匹马等值的地步。就连长在地里肉眼看不见的球茎都几经转手交易。

1637年，一种叫Switser的郁金香球茎价格在一个月里上涨了485%！一年时间里，郁金香总涨幅高达5900%！

所有的投机狂热行为有着一样的规律，价格的上扬促使众多的投机者介入，长时间的居高不下又促使众多的投机者谨慎从事。此时，任何风吹草动都有可能导致整个市场的崩溃。一时间，郁金香成了烫手山芋，无人再敢接手。郁金香球茎的价格宛如断崖上滑落的枯枝，一泻千里，暴跌不止。荷兰政府发出声明，认为郁金香球茎价格无理由下跌，让市民停止抛售，并试图以合同价格的10%来了结所有的合同，但这些努力毫无用处。一星期后，一根郁金香几乎一文不值，其售价不过是一只普通洋葱的售价。千万人为之悲泣。一夜之间多少人成了不名分文的穷光蛋，富有的商人变成了乞丐，一些大贵族也陷入无法挽回的破产境地。

暴涨必有暴跌，客观经济规律的作用是任何人都无法阻挡的。下跌狂潮刚过，市民们怨声载道，极力搜寻替罪羊，却极力回避全国上下群体无理智的投机这一事实。他们把原因归结为那个倒霉的水手，或把原因归结为政府调控手段不力，恳请政府将球茎的价格恢复到暴跌以前的水平，但这显然是自欺欺人。

人们紧接着把求援之手伸向法院。恐慌之中，那些原已签订合同要以高价购买的商人全部拒绝履行承诺，只有法律才能督促他们依照合同办事。然而，法律除了能干预某些具体的经济行为外，它是绝不能凌驾于经济规律之上的。法官无可奈何地声称，郁金香投机狂潮实为一次全国性的赌博活动，其行为不受法律保护。

人们彻底绝望了！从前那些因一夜乍富喜极而泣之人，而如今又在为乍然降临的一贫如洗仰天悲哭了。宛如一场噩梦，醒来之时，用手拼命掐自己的脸蛋才发觉现实就在梦中。身心疲乏的荷兰人每天用呆滞的目光盯着手里郁金香球茎，反省着梦里的一切……

世界投机狂潮的始作俑者为自己的狂热而付出的代价实在太大了，荷兰经济的繁荣仅昙花一现，从此走衰落。郁金香球茎大恐慌给荷兰造成了严重的影响，使之陷入了长期的经济大萧条。17世纪后半期，荷兰在欧洲的地位受到英国强有力的挑战，欧洲繁荣的中心随即移向英吉利海峡彼岸。郁金香依然是郁金香，荷兰却从此从世界头号帝国的宝座上跌落下来，从此一蹶不振。“郁金香现象”也成了经济活动特别是股票市场上投机造成股价暴涨暴跌的代名词，永远载入世界经济发展的史册。

不是人人都能够保持理性思考的习惯，在诱人的利益面前，谁都心动，明知道泡沫是支持不住的，但仍存在侥幸心理，希望自己不是最大的笨蛋就好。可是现实永远无情，总会有人成为最后的笨蛋。1720年，英国股票投机狂潮中就有这样一个

插曲：一个无名氏创建了一家莫须有的公司。自始至终无人知道这是一家什么公司，但认购时近千名投资者争先恐后把大门挤倒。没有多少人相信他真正获利丰厚，而是预期有更大的笨蛋会出现，价格会上涨，自己能赚钱。饶有意味的是，牛顿参与了这场投机，并且最终成了最大的笨蛋。他因此感叹："我能计算出天体运行，但人们的疯狂实在难以估计。"

连举世闻名的天才都成了笨蛋，何况你我呢？搏傻理论给我们的启示在于：

没有人比你更傻，如果你存在侥幸心理，那么最笨的就是你！

任何事情显现出泡沫化的倾向时，一定要尽早离开，否则将损失惨重！

只要自己不是最大的笨蛋，那么自己就一定是赢家，只是赢多赢少的问题。如果再没有一个愿意出更高价格的更大笨蛋来做你的"下家"，那么你就成为最大的笨蛋了！



狭路相逢勇者胜——斗鸡博弈

我们都知道"狭路相逢勇者胜"的古语，事实上，不管是不是勇者，只要身处这种针锋相对的情况，就应该好好研究一下斗鸡博弈的理论，这对于不费力气地击败对手很有借鉴意义。

在斗鸡场上有两只好战的公鸡发生遭遇战，公鸡有两个行动选择：一是退下来，一是进攻。

如果一方退下来，而对方没有退下来，对方获得胜利，这只公鸡则很丢面子；如果对方也退下来双方则打个平手；如果自己没退下来，而对方退下来，自己则胜利，对方则失败；如果两只公鸡都前进，那么则两败俱伤。因此，对每只公鸡来说，最好的结果是，对方退下来，而自己不退。

从量化的角度来看，不妨假设两只公鸡如果均选择"前进"，结果是两败俱伤，两者的收益是-2个单位，也就是损失为2个单位；如果一方"前进"，另外一方"后退"，前进的公鸡获得1个单位的收益，赢得了面子，而后退的公鸡获得-1的收益或损失1个单位，输掉了面子，但没有两者均"前进"受到的损失大；两者均"后退"，两者均输掉了面子获得-1的收益或1个单位的损失。当然这些数字只是相对的值。

如果博弈有唯一的均衡点，那么这个博弈是可预测的，即这个均衡点就是一事先知道的唯一的博弈结果。但是如果一个博弈有两个或两个以上的均衡点，则无法预测出一个结果来。斗鸡博弈则有两个均衡：一方进另一方退。因此，我们无法预测斗鸡博弈的结果，即不能知道谁进谁退，谁输谁赢。

由此看来，斗鸡博弈描述的是两个强者在对抗冲突的时候，如何能让自己占据优势，力争得到最大收益，确保损失最小。斗鸡博弈中的参与者都是处于势均力敌、剑拔弩张的紧张局势。这就像武侠小说中描写的一样，两个武林顶尖高手在华山之巅比拼内力，斗得难分难解，一旦一方稍有分心，内力衰竭，就要被对方一举击溃。

斗鸡博弈最直接的意义在于揭示了这样一个道理，既然对每只公鸡来说，最好的结果是对方退下来而自己不退，那么如何才能够达到这种“不战而屈人之兵”的效果呢？不战不是不采取措施，而是说应该巧妙地营造声势，让对手处于不利的地位，那么自然你就是胜者。在生活和工作中，难免会出现你争我夺的情况，这个时候就体现出斗鸡博弈的影响了。谁能够在你进我退之中占领上风，谁就会取得最终的胜利，成为那只获胜的斗鸡。

1980年，美国总统竞选的决战是在共和党候选人里根与民主党候选人卡特之间进行的，由于二人当时旗鼓相当，因此他们展开了美国总统竞选史上最激烈的争夺战。

当时的卡特是已经当政4年的在职总统，但政绩并不突出，而且在内政方面不能令人满意，国内通货膨胀加剧，失业人数猛增。人们对这些有关国计民生的问题十分不满，怨声载道。而这些正好成了里根手中的王牌，他集中火力攻击卡特经济政策失误，并耸人听闻地宣称他要消除“卡特大萧条”。而这时的卡特也抓住广大民众关心的战争与和平问题，指责里根增加防务开支的主张是好战之举。里根与卡特就是这样唇枪舌剑，拳来脚往，双方一时难决雌雄。

20世纪80年代的美国，广播、电视、报纸等大众传播媒介对人们的影响极为广泛。一个人的形象，在美国民众的心中往往占有重要位置，有时甚至直接决定着选民投谁一票。所以，总统选举，与其说是选民在选择候选人的政策纲领，不如说是在品味候选人的性格、智慧、精力、风度。在这方面，里根可以说是占据了得天独厚的优势。

在里根当选共和党总统候选人之后，他当年在好莱坞演过的电影，一下子成了热门，全国各地影剧院、电视台争相放映。这股里根影视热风，无疑替里根做了一次绝好的宣传。人们从影视中看到，当年的里根英俊潇洒、精明强干，而现在仍然生机勃勃、干劲十足，风度不减当年。这给人们留下了一个很好的印象。

在里根影视风兴起的同时，里根还借电视媒体极力展示自己的风采。在与卡特的电视辩论中，里根表现得能言善辩、妙语连珠，而卡特则相形见绌、呆板迟钝、结结巴巴。因此在投票之前关键性的一场电视辩论后，民意测验的结果，支持里根的人上升到67%，支持卡特的人下降到30%。1980年11月4日大选结果公布，里根以绝对优势大获全胜。

里根的胜利，要归功于在他巧妙地利用了大众传播媒介，通过电影、电视、广播等手段，让自己的形象深入民众。在这场斗鸡博弈中，里根成功地把握了进攻的

主动，成为了胜利的斗鸡。而卡特则显得捉襟见肘，被里根牵着鼻子走，最终走向失败。

设想一下斗鸡场上有两只公鸡，其中一只雄赳赳、气昂昂，摆出一副久经沙场、无所畏惧的样子，如果另一只公鸡在气焰上短了一筹，自然就被对手的声势给震慑住了，自然就会节节败退，这就是斗鸡博弈告诉我们的道理：不必针锋相对，大可做一些虚张声势的表面功夫，让对手自己软下去，这才是斗争的最高境界。

有时候，你的对手也不是那么好惹的，万一他是一个“不蒸馒头争口气”的呆子，那么你再怎么营造声势也没有用，他不吃这一套，还是会琢磨着怎么拼个鱼死网破，这时候你不妨主动进攻，给他一点颜色看看，让他知道你的厉害不是纸面上的也不是口头上的，他自然就会乖乖地后退了。

一个面带菜色、衣着简朴的小伙子乘坐长途汽车，因为带的杂物太多，被司机训斥后蜷缩在车尾角落里。

车行半路，忽然冒出来一个歹徒持械抢劫，原来他混在旅客堆里，没有引起司机的注意。这时候，司机已经被凶狠的歹徒用刀顶住脖子，眼见一场面对全体乘客的抢劫就要发生。那个小伙子突然站了起来，大叫一声：“给我住手！”然后写了一张纸条递了过去。几个歹徒读罢字条，互相对视片刻，竟然迅速下车逃跑了。

一场风波化险为夷，大家诧异地问小伙子：“你是警察?”

“不是。”

“你是军人?”

“也不是。”

“那你怎么这么厉害?”

“老实说，我今天正好带着借来的大笔钱，被他们抢走的话我也只有死路一条，所以只得铤而走险了。我在纸条上写的是：快滚蛋！我是一个持枪在逃犯，惹火了我我就杀了你们。”

“横的还是怕不要命的”、“威慑战略”在某些时候还真管用。你给别人的威慑不一定代表你真会那么去做，只是给别人一种震慑力或假象，在生活中采用一些假的威慑，或许可以解决一些难题。恰如在斗鸡博弈中，有一只公鸡气势汹汹的向前迈一步，意味着“小样，你胆子还真不小，等我给你点眼色看看！”这样对手就被吓得屁滚尿流了！

不过有时候，战斗并不是绝对的，重要的我们在针锋相对之后，能够让自己永远利于不败之地，如果你放远了眼光看问题，就会从另一个角度来理解斗鸡博弈。一般人面对对手的时候，往往会咬紧牙关，不屈不挠，变成一只红眼的斗鸡，恨不得一口吃掉对手。很多聪明的人并不会这样做，因为对手是自己的前进动力，并且可以鞭策自己获得改善和提高。保留对手，对自己的成长具有极强的促进作用。美国前总统林肯就是这样一个聪明的人。

林肯顺利地在1860年美国总统大选中胜出，当选为总统。

就任后，他任命参议员萨蒙·蔡斯为财政部长。当时有许多人反对这一任命，因为蔡斯虽然能干，但为人狂妄自大，十分不讨人喜欢。他本来是想竞选总统的，却在大选中输给了林肯，但是蔡斯始终认为自己比林肯要强得多，不是很顺从于林肯的领导。

当朋友不解地问起这件事时，林肯讲了这样一个故事：

"我想每一个在农村长大的朋友一定知道什么是马蝇。有一次，我和我的兄弟在肯塔基老家的一个农场犁玉米地，一个吆马，一个扶犁。刚开始马很懒，总也不愿意动；可是过了一会儿，它却在地里跑得飞快，连我这双长腿都跟不上。等跑到了地头，我才发现，原来有一只很大的马蝇叮在马身上，我不忍心看着这匹马被咬得生疼，就随手就把马蝇打落了。我的兄弟却埋怨我，并告诉我正是有了马蝇的叮咬，才使马跑得快。"

然后，林肯解释道："如果现在有一只叫"蔡斯"的强有力的马蝇正在叮咬我们的阵营，我们不仅不应该打落他，更应该感谢他，因为正是有了他的威胁，我们才会努力地跑。"

从科学的角度来说，斗鸡博弈对人的作用，和达尔文生物进化论的观点相一致：在自然界中，到处都存在着一种竞争的法则，在这种竞争法则的作用下，这个世界才显得生机勃勃。如果一个物种失去了竞争，这一物种就会失去活力，死气沉沉而濒临灭种的边缘。如果一只斗鸡永远都不战斗，那么它只会变成一只普通的公鸡，整日在沙地上溜达觅食。所以，如果要成为一位战无不胜的常胜将军，你必须学会让你的对手成为你前进的动力，让你变得越来越强壮。

总结一下，斗鸡博弈给我们的启示在于：

善于营造声势，不用真刀实枪地战斗，就可以不战而屈人之兵；

获取主动权，勇敢前进一步，将对手打出去；

以退为进，以达到目的为胜利；

用对手鞭策自己，以获得更大的进步。

生活永远给予勇者以最丰厚的奖赏，如果你是一只斗志昂扬的斗鸡，那么请鼓起勇气，让自己成为沙场上的常胜将军吧！



从合作走向共赢——猎鹿博弈

社会学告诉我们，在人类文明之初的原始社会，人们维生的方式主要是狩猎。博弈论中有一个著名的"猎鹿模型"讲述了两个猎人共同猎鹿的故事。

某一天他们狩猎的时候，看到一头梅花鹿。于是两人商量，只有这两个人齐心协力，都去猎鹿时，才会得到那只鹿。如果猎鹿的时候一只兔子突然在其中一人身边经过，而这个人转而抓兔子，这人会得到兔子，但鹿就跑掉了。两人得到一只鹿的效用远比分别得到一只兔子大。

因此我们可以看到一共有四种方案供选择，每一行都代表一种博弈的结果。具体说来：

X，X

X，0

0，X

1，1

(1) 第一行表示，猎人A和B都抓兔子，结果是猎人A和B都能吃饱4天；

(2) 第二行，猎人A抓兔子，猎人B打梅花鹿，结果是猎人A可以吃饱4天，B则一无所获；

(3) 第三行，猎人A打梅花鹿，猎人B抓兔子，结果是猎人A一无所获，猎人B可以吃饱4天；

(4) 第四行，猎人A和B合作抓捕梅花鹿，结果是两人平分猎物，都可以吃饱10天。

①如果双方都选择了猎鹿，效用为1，（猎鹿，猎鹿）具有帕累托最优(Pareto Optimality)，为深入合作的最佳结果；

②如果双方都选择了猎兔，即双方没有合作，（猎兔，猎兔）称为风险上策（Riskdominant）均衡。

③如果一人选择了猎鹿，而对方选择了猎兔，即对方没有诚信，背叛了原来的协议，则选择猎鹿者将一无所获，选择猎兔者将保证得到一定效用X ($0<X<1$)。

我们可以看到，在这个博弈中，根据纳什的均衡原理，应用博弈论中的“严格劣势删除法”，可以得到两个比较好的结果，那就是：要么分别打兔子，每人吃饱4天；要么合作，每人吃饱10天。

当然人心是不一样的，最终会采取哪一种策略就不是纳什均衡所能决定的了，比较［1，1］和［X，X］两个纳什均衡，明显的事实是，两人一起去猎梅花鹿比各自去抓兔子可以让每个人多吃6天。按照经济学的说法，合作猎鹿的纳什均衡，分头抓打兔子的纳什均衡，具有帕累托优势。与［X，X］相比，［1，1］不仅有整体福利改进，而且每个人都得到福利改进。

可以看得出来，两个猎人自己单独行动的话是最不利的，得到的结果只能让大家吃2天，那么我们从这里就得到这么一个原理，我们不要单独战

斗，要学会与他人的合作，一个人的力量不足以让团队都变好。

在现代的社会里，一个人做事情能影响的范围十分有限，一个人能调动的资源也屈指可数。想要做出一番大事，必须学会与别人合作。

对于普通人，学会与别人合作，可以相互取长补短，相互协助共同达到目标，实现大家价值的最大化；

对于领导人，与下属之间不仅是领导关系，而且是合作关系，在下属的配合下完成重大任务，协助下属指导下属完成其力所不及的事情，合做出金，何愁企业不欣欣向荣？

对于企业，与别的企业或作经营，形成资源共享的机制，才能在激烈的竞争中立于不败之地；

对于国家，形成战略合作伙伴关系，才能时刻洞悉世界的变化，实现民族的崛起和国家的富强；

……

合作的重要性不胜枚举，然而可惜的是还是有很多人认识不到这一点，仍然将“自立自强”的品质形而上学起来，固执地认为凡事必须自己来，结果往往在孤军奋战中功亏一篑。

就像我们熟悉的NBA球队火箭队，里面有我们佩服的明星，如麦蒂，2007年的时候，季后赛火箭首轮迎战爵士之前，麦蒂曾发表过著名宣言——“一切看我的！”不过最后却是爵士赢得了7场系列赛。去年，常规赛只剩下最后一场对阵洛杉矶快船，也就是说，火箭又将面对他们不甚光彩的季后赛历史了。

当然，对于当年的失误，麦蒂要承受很多的冷言冷语。

不过对于球迷的嘲讽，麦蒂却显得非常冷静，他说：“我无法控制它，我只能用行动来回答那些问题，我会做我该做的，球迷的嘲讽不会影响我，当我年轻时或许会有点恼火，但是现在我已经在江湖里闯荡许久了。”

去年开赛前，麦蒂改变了自己的言行，他这次真正意识到了团体，“这是一项团体运动，”麦蒂说，“我们要像一支球队那样去比赛、去竞争。我不是一个人，这就是我要和大家说的，不要让我一个人战斗。”

麦蒂的球技不好吗？不是，谁都不会觉得他的球打得不好，但是个人英雄的形势似乎没有什么作用啊。有些人也许会说个人英雄也是存在的，例如电视里常有的那些超人、蜘蛛侠之类的，首先来说，这是一个假设存在的人物，第二就是他们也不是单独战斗的，每次总是有人给他们做好准备。

一个人的战斗是打不好的，抗战的时候我们还需要有后勤的支援，还需要有人提供各种设备等等。生活中，我们都离不开朋友、家人甚至陌生人，有时候别人的一个眼神都可以给予你极大的鼓励。人是社会的人，单独的存在是没有意义的，千万不要觉得自己什么都行，想着一个人能解决所有的问题，每个人都不是万能的神。

有个笑话说得好，每天这么多人在祈祷，而且祈祷的内容也许刚好相反，万能的上帝也忙不过来了。

每个人都是社会的成员，社会的发展需要我们大伙团结努力，共同推动社会的进步。没有人能主宰世界，我们只有团结起来才能发挥整体的功能，共同创造世界的辉煌。这就好比，一个公司要在市场中立于不败之地，就必须团结公司成员的力量，开拓创新，与时俱进，那么这个公司才会不断地发展，不断地壮大。团结的力量就显而易见了。

今天的时代是市场经济时代，市场经济是广泛的交往经济，离不开与各种类型的人合作；今天的时代是竞争的时代，只有选择合作，才能成为最具竞争力的一族；今天的时代是全球一体化的时代，要成为国际人，更需要高超的合作能力。没有合作能力，就不可能适应我们这个时代。成功者善于与别人合作，也乐于与别人合作，这样才使得他们发挥出千百倍于自己能力的能量，成就不一样的伟业。

1904年夏天，美国即将举行世界博览会，有一个制作糕点的小商贩把自己的糕点工具搬到了会展地点路易斯安那州。庆幸的是，他被政府允许在会场的外面出售他的薄饼。

他的薄饼生意实在糟糕，而和他相邻的一位卖冰淇淋的商贩的生意却好得不得了，一会儿工夫就售出了许多冰淇淋，很快他把带来的用来装冰淇淋的小碟子用完了。

心胸宽广的糕饼商贩见状，就把自己的薄饼卷成锥形，让它来盛放冰淇淋。卖冰淇淋的商贩见这个方法可行，便要了大量的薄饼，大量的锥形冰淇淋便进入客商们的手中。但令他们意料不到的是，这种锥形的冰淇淋被客商们看好，而且被评为“世界博览会的真正明星”。

从此，这种锥形冰淇淋开始大行其道，这就是现在的蛋卷冰淇淋。它的发明被人们称为“神来之笔”，有人这样假设，如果两个商铺不靠在一起，那么今天我们能不能吃上蛋卷冰淇淋就很难说了。

两个小商贩由简单的合作思维美竟然为世界创造了如此美味的经典，我们是不是也应当反思一下，自己是否也曾错过了很多只要合作就可以创造奇迹的机会呢?

每个人的能力和时间都是有限的，凡事自己来、完全不靠别人帮助的人是走不了多远的。一根筷子容易被折断，一棵独木也构不成森林，“兄弟一心，齐力断金”。只有学会与他人合作，才能将自己的力量放大千百倍，就像杠杆一样，撬动磐石。

今天的时代要求我们广泛地合作，我们也只能适应时代的要求，没有人能够独自成功；唱独角戏，当独行侠，是不能成大事的。俗话说得好：“双拳难敌四手”、“三个臭皮匠，顶个诸葛亮”。只有运用合力，善于合作，才有强大的力量，才能把蛋糕做大，把事业做大、做强。这就迫切要求我们每个人都应具有合作能力；合作能力，是指工作、事业中所需要的协调、协作能力。其突出的特点是指向工作和事业，这正是许多企业、组织极端重视员工的合作能力的原因之所在。

猎鹿博弈给我们的启示如下。

如果你不想不留痕迹的被消灭，就不要一个人去战斗。

一根筷子易折，但是一束筷子却可以发挥顽强的抵抗力量。

合做出金，如果找到合适的人，那么就一起创造非凡的事业吧。

猎鹿的合作者们必须共同进步，不要留下拖后腿的“短板”。

有首歌词写得好：一支竹篙呀，难渡汪洋海。众人划桨哟，开动大帆船。一棵小树呀，弱不禁风雨。百里森林哟，并肩耐岁寒……从这首歌里，我们不仅要学会怎么去唱，更要学会它的哲学原理，一只手拥抱不了成功，借助他人的力量，把他人的力量变成自己的左膀右臂助你完成要进行的事业才是成功者的决定。合作是聪明人最明智的选择！



放弃沉没的成本——协和谬误

假设你是一家科学仪器公司的总裁，正在进行一个新的仪器开发项目。据你所知，另外一家科学仪器公司已经开发出了类似的仪器。通过那家公司的仪器在市场上的销售情况可以预计，如果继续进行这个项目，公司有将近90%的可能性损失500万，有将近10%的可能性盈利2500万。到目前为止，项目刚刚启动，还没有花费什么钱。从现阶段到产品真正研制成功能够投放市场还需耗资50万。你会把这个项目坚持下去还是现在放弃呢？

10%的可能性会盈利2500万，90%的可能会损失500万，而且该项目还没有任何投资。正常人会选择放弃。

让我们再来看下面这道题：你同样是这家科学仪器公司的总裁，对于这个新的仪器开发项目，你们已经投入了500万元，只要再投50万，产品就可以研制成功、正式上市了。成败的概率与上述案例相同，你会把这个项目坚持下去还是放弃？

除了你已经投入500万之外，第二个问题与前一个问题是完全一样的。既然已经懂得了沉没成本误区，我想你对以上的两道题应该会做出一致的决定。

但是把这两道题分别给老板们做，那些企业老总们绝大多数对第二题的回答是“坚持继续投资”。他们认为已经投了500万，再怎么样也要继续试试看，说不定运气好可以收回这个成本。殊不知，为了这已经沉没的500万，他们将有90%的可能非但收不回原有投资，还会再赔上50万啊。

在经济学上，我们把那些已经发生、不可回收的支出，如时间、金钱、精力，称为“沉没成本”。这个意思就是说，你在正式完成交易之前投入的成本，一旦交易不成，就会白白损失掉。从理性的角度来说，沉没成本不应该影响我们的决策，然

而，挽回成本的心理作用往往在博弈中让人做出非理性的决策，从而导致更大损失。博弈论专家经常将这种困境中的博弈称为“协和谬误”。

举个简单的例子就可以看出协和谬误的危害有多么大：假设你买进一只股票，股价下跌；于是你又在这个价位买进（股民称此为“摊平”），可是它又下跌……你再次购买的本意是减少损失，可是却越陷越深！

对于协和谬误的博弈来说，在没有100%的胜算下，及早退出是明智的选择。如果你不及时收脚回来，那么你很有可能血本无归！

20世纪60年代，英国和法国政府联合投资开发大型超音速客机，即协和飞机。开发一种新型商用飞机简直可以说是一场豪赌。单是设计一个新引擎的成本就可能高达数亿美元，想开发更新更好的飞机，实际上等于把公司作为赌注押上去。难怪政府会被牵涉进去，竭力要为本国企业谋求更大的市场。

该种飞机机身大，设计豪华并且速度快。但是，英法政府发现：继续投资开发这样的机型，花费会急剧增加，但这样的设计定位能否适应市场还不知道；而停止研制将使以前的投资付诸东流。随着研制工作的深入，他们更是无法做出停止研制工作的决定。协和飞机最终研制成功，但因飞机的缺陷（如耗油大，噪音大，污染严重等）以及成本太高，不适合市场竞争，最终被市场淘汰，英法政府为此蒙受了很大的损失。在这个研制过程中，如果英法政府能及早放弃飞机的开发工作，就会使损失减少，但他们没能做到。

不久前，英国和法国航空公司宣布协和飞机退出民航市场，才算是从这个无底洞中脱身。这也是“壮士断腕”的无奈之举。

无独有偶，在中国的航空工业历史上，也发生过类似的例子。

中国航空工业第一集团公司在2000年8月决定今后民用飞机不再发展干线飞机，而转向发展支线飞机。这一决策立时引起广泛争议。

该公司与美国麦道公司于1992年签订合同合作生产MD90干线飞机。1997年项目全面展开，1999年双方合作制造的首架飞机成功试飞，2000年第二架飞机再次成功试飞。

就在此时，MD90项目下马了。在各种支持或反对的声浪中，讨论的角度不外乎两大方面：一是基于中国航空工业的战略发展，二是基于项目的经济因素考虑。在这里不想就前一角度展开讨论，只有航空专家才在这方面最有发言权。单从经济角度看，干线项目上马、下马之争可以说为“沉没成本”提供了最好的案例。

许多人反对干线飞机项目下马的一个重要理由就是，该项目已经投入数十亿元巨资，上万人倾力奉献，耗时六载，在终尝胜果之际下马造成的损失实在太大了。这种痛苦的心情可以理解，但丝毫不构成该项目应该上马的理由，因为不管该项目已经投入了多少人力、物力、财力，对于上下马的决策而言，其实都是无法挽回的沉没成本。

事实上，干线项目下马完全是“前景堪忧”使然。从销路看，原打算生产150架飞机，到1992年首次签约时定为40架，后又于1994年降至20架，并约定由中方认购。但民航只同意购买5架，其余15架没有着落。可想而知，在没有市场的情况下，继续进行该项目会有怎样的未来收益?

然而就是这个已经沉没了的成本，却还让许多不明就里的人难以割舍。他们把它当做“鸡肋”，食之无味而又弃之可惜。实际上这些人不明白：沉没成本永远是决策的非相关成本，与其相伴随的机会成本才是决策相关成本，需要在决策时予以考虑。

沉没成本和机会成本之所以会对决策产生这样微妙的作用，原因就在于机会成本不是现实的成本，是隐性的，而沉没成本却是实实在在的，让人有一种“割肉”的痛楚。成本沉没在水里着实令人可惜，然而伤心懊悔不也是于事无补吗？还不如适时放弃，抓紧时间，创造更多的价值出来。

协和谬误给我们的直接警示就是，在投资时应该注意：如果发现是一项错误的投资，就应该立刻悬崖勒马，尽早回头，切不可因为顾及沉没成本，错上加错。事实上，这种为了追回沉没成本而继续追加投资导致最终损失更多的例子比比皆是。许多公司在明知项目前景暗淡的情况下，依然苦苦维持该项目，原因仅仅是他们在该项目上已经投入了大量的资金（沉没成本）。

摩托罗拉的铱星项目就是沉没成本谬误的一个典型例子。摩托罗拉为这个项目投入了大量的成本，后来发现这个项目并不像当初想象的那样乐观。可是，公司的决策者一直觉得已经在这个项目上投入了那么多，不能半途而废，所以仍苦苦支撑。但是，后来事实证明这个项目是没有前途的，所以最后摩托罗拉只能忍痛接受了这个事实，彻底结束了铱星项目，并为此损失了大量的人力、财力和物力。

现实经济中，陷入协和谬误困境的投资项目比比皆是，投资过半，行情却急转直下。到底是继续投资还是决然退出，总是令投资决策者左右为难。实际上，一个理性的经济人在做出决策的时候，总是要涉及“沉没成本”和“机会成本”的。然而现实中往往由于决策者思维的错位，将这两种成本相混淆，反而做出了不利的选择。

走出协和谬误的怪圈其实并不难，只要你敢于放弃，有胆量、有勇气经历失败，不要为打翻的牛奶而哭泣，对不可追求的东西要及时放手，做一个敢于放弃的聪明人。

在一次关于生活艺术的演讲中，教授拿起一个装着水的杯子，问在座的听众：“猜猜看，这个杯子有多重?”

“50克”、“100克”、“125克”……大家纷纷回答。

“我也不知有多重，但可以肯定人拿着它一点不会觉得累。”教授说，“现在，我的问题是：如果我这样拿着几分钟，结果会怎样?”

“不会有什么。”大家回答。

“那好。如果像这样拿着，持续一个小时，那又会怎样?”教授再次发问。

“胳膊会有点酸痛。”一名听众回答。

"说得对。如果我这样拿着一整天呢?"

"那胳膊肯定变得麻木，说不定肌肉会痉挛，到时免不了要到医院跑一趟。"另外一名听众大胆说道。

"很好。在我手拿杯子期间，不论时间长短，杯子的重量会发生变化吗?"

"没有。"

"那么拿杯子的胳膊为什么会酸痛呢？肌肉为什么可能会痉挛呢?"教授顿了顿又问道："我不想让胳膊发酸、肌肉痉挛，那该怎么做?"

"很简单呀，您应该把杯子放下。"一名听众回答。

"正是。"教授说道，"其实，生活中的问题有时就像我手里的杯子。我们埋在心里几分钟没有关系。如果长时间地想着它不放，它就可能侵蚀你的心力。日积月累，你的精神可能会濒于崩溃。到那时你就什么事也干不了了。"

教授这番话的另一层含义是，如果你手中的成本正在逐渐增加，你越来越感到吃力的话，你应该及时放弃。否则，你的身心将被拖垮。选择放弃很难受，但是不放弃，则更加痛苦。

协和谬误给我们的启示如下。

做事情时不要用"沉没成本"来衡量，不要因为做了，而继续做下去。

该放手时就放手，不要踏上不归路，放弃也是成功的必修课。

不要因已经付出的成本影响对未来的决策。

沉没成本，就像是沉没在冰山之间的泰坦尼克一样，如果你不放弃它，就会跟它一起沉没。不要奢望你能够打捞起已经沉没下去的成本，放弃包袱，重新上路，向崭新的明天扬帆起航!



讨价还价智慧大——蛋糕博弈

有一家外企招聘员工面试时出了这样一道题：要求应聘者把一盒蛋糕切成八份，分给八个人，但蛋糕盒里还必须留有一份。

面对这样的怪题，有些应聘者绞尽脑汁也无法完成；而有些应聘者却感到此题很简单，把切成的八份蛋糕先拿出七份分给七个人，剩下的一份连蛋糕盒一起分给第八个人。应聘者的创造性思维能力从这道题中就显而易见了。

这个问题就是著名的蛋糕博弈，也就是分配问题。分蛋糕的故事在很多领域都有应用。无论在日常生活、商界还是在国际政坛，有关各方经常需要讨价还价或者

评判对总收益如何分配，这个总收益其实就是一块大“蛋糕”。

这块大“蛋糕”应该如何分配呢？我们知道最可能实现一半对一半的公平分配的方案，是让一方把蛋糕切成两份，而让另一方先挑选。在这种制度设置之下，如果切得不公平，得益的必定是先挑选的一方。所以负责切蛋糕的一方就得把蛋糕切得公平，这样才能让博弈的双方都满意。

但是，这个方案极有可能是无法保证公平的，因为人们容易想象切蛋糕的一方可能技术不到位或不小心切得不一样大，从而不切蛋糕的一方得到比较大的一半的机会增加。按照这样的想象，谁都不愿意做切蛋糕的一方。虽然双方都希望对方切而自己先挑，但是真正僵持的时间不会太长，因为僵持时间的损失很快就会比坚持不切而挑可能得到的好处大。也就是说，僵持的结果会得不偿失，会出现收益缩水的现象。

对于处于蛋糕博弈局面的人来说，无非有两种选择：第一是将现有的蛋糕分配得尽量公平，让大家都满意；第二就是想办法将蛋糕“做大”，让每个人都能分到更多的蛋糕，大家就都满意了。

在分蛋糕的过程中，一定要注意讨价还价，千万不要让自己应得的利益白白被别人侵占。这就需要动用智慧来维护自己的权利和利益。台湾著名作家刘墉在《我不是教你诈》一书中讲了这样一个故事：

> 从乡下的老房，搬进台北的高楼，小李真是兴奋极了。楼高十八层，小李住十七楼，站在阳台上，正好远眺市中心的十里红尘。唯一美中不足的是小李那十几盆花。阳台朝北，不适合种。适合种的是东侧，却只有窗，没有阳台。
>
> “何不钉个花架呢？什么都解决了！”有朋友建议，并介绍了专门制作花架的张老板给小李。
>
> 只是自从钉了花架，虽然还没有钉上去，小李却一直做噩梦。梦见花架钉的不牢，花盆又重，突然垮了下去，直落十七层楼，正好落到路人的头上，当场脑浆四溅……
>
> 小李满身冷汗的惊醒，走到窗前，把头伸出去往下看。深夜两点了，居然还人来人往，热闹非常。想想！这时候花盆掉下去，都得砸死人。要是大白天出了事，还不得死一堆？
>
> 想到这儿，小李打了个寒战。可是花架已经钉上去了，花盆又没处放，看样子，是非钉不可了。
>
> 钉花架的那天，小李特别请假，在家监工。
>
> 张老板果然是老手，十七层的高楼，他一脚就伸出窗外，四平八稳的骑在窗口。再叫徒弟把花架伸出去，从嘴里吐出钢钉往墙上钉。
>
> 张老板活像变魔术似的，不知道嘴里事先含了多少钉子，只见他一伸

手就是一支，也不晓得钉了多少。突然跳进窗内：

“成了，你可以放花盆了。”

“这么快！够结实吗？花盆很重的！”小李不放心地问。

“笑话！我们三个人站上去跳，都撑得住，保证20年不是问题，出了问题找我。”张老板豪爽地拍拍胸口。

“这可是你说的。”小李马上找了张纸，又递了纸笔给张老板，“麻烦你写下来，签个名。”

“什么？你要……”张老板好像不相信自己的耳朵。可是，看小李一脸严肃的样子，又不好不写，正犹豫，小李说话了：

“如果你不敢写，就表示不结实。这样摔下去，可是人命关天，不结实的东西，我是不敢收的。”

“好！我写，我写。”张老板勉强的写了保证书，搁下笔，对徒弟一瞪眼，“把家伙拿出来，出去！再多钉几根长钉子，出了事，咱可要吃不了兜着走了。”

说完，师徒二人又足足忙活了半个多钟头，检查再检查，才气喘吁吁地离去。

故事中的小李考虑到了一点，就是未来很可能出现花架不结实的问题，于是他抓住了张老板的一句话，在自己还能和他讨价还价的时候，达成了协议，从而保护了自己的利益，避免未来可能存在的质量问题。保护自己讨价还价的能力，就是保护自己的利益。在生活中，这一点尤为重要。如果你是买家，你的优势策略就是等验完商品再付款；如果你是卖家，就应该争取对方先支付部分货款再交货。总之，一定要牢牢保护好自己的利益，千万不能让属于自己的蛋糕被别人分走！

从另一个角度来看，社会总是在变化的，如果你总是固守着属于自己的蛋糕，那么可能等着等着，你的蛋糕就变馊了；或者你待在原地不动以为自己拿了铁饭碗，可能到头来你只能拿着可怜的口粮，眼巴巴地看着别人获得更大的收益。如果你想与时俱进，就得学会将自己的蛋糕做大。

娃哈哈品牌多年来产销量一直位居全国第一，其总产量约占全国同行业总份额的18%，从国际通行标准来说，这样的份额基本上是属于“垄断性占有率”。市场人士称之为娃哈哈的“赢家通吃”现象。

娃哈哈最初进入市场时，面临着大量的竞争对手，但是娃哈哈并没有被这些已有的对手击垮，反而后来者居上。在残酷尖锐的竞争中，娃哈哈凭借其精确的产品定位、有效的品牌延伸，终于从根本上提高了自己的现代化生产能力和生产水平，使自己具有了和国内外企业全面抗衡的强大实力。

做大以后，娃哈哈时刻不忘巩固自己的优势地位，不失时机地进行了品牌延伸，使产品品牌上升为了企业品牌。通过品牌延伸，娃哈哈已经推出了30多个系列产

品，它们都已成为拳头产品，极大地提高了娃哈哈的市场占有率。

对于企业来说，如果不想在激烈的市场竞争中被淘汰，如果想在市场蛋糕的分配中占据最有发言权的一席之地，只有通过做大做强，才能获得更多的资源与优势，进而形成规模优势，为进一步发展壮大奠定坚实的基础。只有将自己的蛋糕做大，才能避免僧多粥少的尴尬局面。

对于很多小企业来说，一开始要考虑的根本就不是分蛋糕的问题，而是没有蛋糕可分的问题，所以需要尽快做出属于自己的蛋糕来，然后再下工夫将蛋糕做大，这样才能实现一个企业的成长、强大之路。

如今“美特斯·邦威”已经成为了年轻一代的时尚品牌，它的建成人周成建在一开始的时候花费了很多的精力考虑它的名字，起初不过是想借一个时尚的名字吸引年轻人的眼球，不过“美特斯·邦威”确实成功了。如今的“美特斯·邦威”已经成为了全国大型服装业中的一员。

在“美特斯·邦威”的成长历程中，周成建为了专卖店的跨越式的发展，考虑了很多策略的，如率先采取了将经营品牌与销售相分开、采取特许连锁经营策略、共担风险、实现双赢，使“美特斯·邦威”这个品牌在广东、上海等大城市中占据了一席之地。“借鸡下蛋”和“借网捕鱼”的服装产业供应链就这么搭建起来了。周成建，说他在创业初期也没有制定过特别的营销策略，不过是想尽方法实干一番。也许正是他这种先做的策略，让他在不断的摸索中找到了适合自己企业生存的方式。

提及“美特斯·邦威”的成功，很多人认为是他赶上了市场经济好的发展时期。周成建对此没有做过多的反驳，他认为：邦威发展到如今，不能单纯地归结为偶然或必然。只要你敢做自己敢想的事情，并努力去实现，你就一定可以成功。很多人也认为他品牌的名字起得好，得益于天时地利人和。因为“美特斯·邦威”的含义是创造美丽独特的产品、品牌、企业文化，扬国邦之威。可是周成建的回答是：这个含义也是当“美特斯·邦威”的成绩取得以后才对媒体发布的。

“美特斯·邦威”正是凭借自己的实力才在服装界打出一番自己的天地，而不是凭借大张旗鼓的宣传，或者依靠亮丽抢眼的名字去市场中浑水摸鱼。不管未来的不确定性有多大，有想法就要立刻付诸行动，而不要立刻付诸语言。这样才能打下坚实的基础，铸就事业的平台。美特斯邦威正是经历了从无到有、从小到大的发展历程，这种奋斗的精神，也是值得很多小企业学习的地方。

蛋糕博弈给我们的启示如下。

“不患寡而患不均”，千万不要因为利益分配的失衡而失掉人心。

与其守着一块小蛋糕等着分配，不如另谋出路，为自己做一块更大的蛋糕。

做大做强并不是一句空洞的口号，而需要忍耐常人所不能忍的苦难，付出超出常人的努力和汗水，才可能实现飞跃。蛋糕也好，利益也罢，请

永远记住，守护自己应得的，并为更好地去奋斗！



买的不如卖的精——信息博弈

一个古董商发现一个人用珍贵的茶碟做猫食碗，于是假装对这只猫十分喜爱，要从主人手里买下。猫主人不卖，为此古董商出了大价钱。成交之后，古董商装做不在意地说："这个碟子它已经用惯了，就一块送给我吧。"猫主人不干了："你知道用这个碟子，我已经卖出多少只猫了吗？"这就是一个"信息博弈"的例子。古董商掌握"碟子是古董"这个信息，他认为猫主人不知道，这种"信息不对称"对他有利；可他万万没想到，猫主人不但知道，而且利用了他"认为对方不知道"的错误大赚了一笔。

信息是博弈论中重要的内容。从知识的拥有程度来看，博弈分为完全信息博弈和不完全信息博弈。完全信息博弈是指参与者对所有参与者的策略空间及策略组合下的支付有"完全的了解"，否则是不完全信息博弈。严格地讲，完全信息博弈是指参与者的策略空间及策略组合下的支付，是博弈中所有参与者的"公共知识"的博弈。对于不完全信息博弈，参与者所做的是努力使自己的利益最大化。

和上文中买猫的古董商一样，信息不对称造成的劣势，几乎是每个人都要面临的困境。谁都不是全知全觉，那么该怎么办呢？首先，为了避免这样的困境，我们应该在行动之前，尽可能掌握有关信息。人类的知识、经验等，都是这样的"信息库"。古诗有云："不识庐山真面目，只缘身在此山中。"这句诗，影射出了信息博弈中的一种常见情况，就是在博弈中，往往会出现某一方所知道的信息而对方不知道的情况，这种信息就是拥有信息一方的私有信息。正是有这种私有信息的存在，才会出现信息不对称的现象，从而导致博弈双方一个占优，一个占劣。

阿尔及利亚位于非洲和撒哈拉大沙漠的西部，北临地中海，与西班牙和法国隔海相望。是非洲面积第二大的国家。1830年，法国侵略阿尔及利亚。经过多年战争，法国于1905年占领了阿尔及利亚全境。在后来的五六十年间，阿尔及利亚人民奋起反抗，要求独立。法国政府为了镇压阿尔及利亚人民的反抗，派去了不少军队，动用了不少财力和物力。

20世纪60年代初，法国在阿尔及利亚的战争泥潭中越陷越深，总理戴高乐决定同阿尔及利亚人谈判，以便尽快结束战争。然而，驻守在阿尔及利亚的殖民军军官们却密谋发动政变，以阻止戴高乐的和平计划。为瓦解兵变，戴高乐以慰问为名义，向驻守在阿尔及利亚的军人发放了几千架晶体管收音机，供士兵们收听。戴高乐的做法得到了军官们的肯定，他们认为这并非是件坏事。

然而，就在正式会谈开始的那天夜里，收音机里传来了戴高乐总统的声音："士兵们，你们面临着忠于谁的抉择。我就是法兰西，就是它命运的工具，跟我走，服从我的命令……"这声音，这语气，跟当年戴高乐流亡国外，号召法国人民反击德国法西斯时的声音一样。过去他们跟着戴高乐，取得了反法西斯战争的胜利，今天还能有别的选择吗？于是，大部分士兵已经发现了事态的真相，都开了小差，整个兵营变得空空荡荡的。军官们只好放弃兵变的图谋。

由于博弈双方对信息的掌握通常是不对称的，获得信息优势的人会占据上风，他可以通过披露信息的方式来改变双发的资源配置情况，从而实现影响博弈的结果。戴高乐正是通过披露信息，不费一枪一弹便成功地控制了局面，赢得了政治上的一大胜利。

信息传递不光是一门科学，甚至已经成为了一种博弈智慧。如何获得信息、利用信息，是决策者进行博弈决策的一个关键。如果能把信息准确快速地传递出去，就有可能为自己赢得成功的机会，反之，如果传递的是错误信息，就会导致失败。

有这样一个故事，据说美军在1910年一次部队的命令传递中闹了很大的笑话。

一天，营长对值班军官说："明晚大约八点钟左右，将可能在这个地区看到哈雷彗星，这颗彗星每隔七十六年才能看见一次。命令所有士兵着野战服在操场上集合，我将向他们解释这一罕见的现象；如果下雨的话，就在礼堂集合，我将为他们放一部有关彗星的影片。"

值班军官对连长说："根据营长的命令，明晚八点哈雷彗星将在操场上空出现。如果下雨的话，就让士兵穿着野战服列队前往礼堂，这一罕见的现象将在那里出现。"

连长对排长说："根据营长的命令，明晚八点，非凡的哈雷彗星将身穿野战服在礼堂中出现。如果操场上下雨，营长将下达另一个命令，这种命令每隔七十六年才会出现一次。"

排长对班长说："明晚八点，营长将带着哈雷彗星在礼堂中出现，这是每隔七十六年才有的事。如果下雨的话，营长将命令彗星穿上野战服到操场上去。"

班长对士兵说："在明晚八点下雨的时候，著名的七十六岁的哈雷将军将在营长的陪同下身着野战服，开着他那辆彗星牌汽车，经过操场前往礼堂。"

这是一个很好笑的笑话，信息在传递的过程中，从上到下不断发生变化，最后传到底层士兵耳朵里的，成了一条令人啼笑皆非的信息。在现实生活中，也有同样的例子，信息在"上传"与"下达"的过程中必然会出现误差，常常因为这样的差异就会导致很大的损失。因此，为了避免类似事情的发生，一定要制定有效的信息

传递方式，确保信息在传递过程中不会被误解、被误传，从而引致更大的损失。

我们并不一定知道未来将会面对什么问题，但是你掌握的信息越多，正确决策的可能就越大。下面再来看一个故事：

有一个卖草帽的人，有一天，他叫卖归来，到路边的一棵大树旁打起瞌睡。等他醒来的时候，发现身边的帽子都不见了。抬头一看，树上有很多猴子，而且每一只猴子的头上都有顶草帽。他想到猴子喜欢模仿人的动作，于是就把自己头上的帽子拿下来，扔到地上；猴子也学着他，将帽子纷纷扔到地上。于是卖帽子的人捡起地上的帽子，回家去了。后来，他将此事告诉了他的儿子和孙子。

很多年之后，他的孙子继承了卖帽子的家业。有一天，他也在大树旁睡着了，而帽子也同样被猴子拿走了。孙子想到爷爷告诉自己的办法，他拿下帽子扔到地上。可是猴子非但没照着做，还把他扔下的帽子也捡走了，临走时还说：我爷爷早告诉我了，你这个老骗子会玩什么把戏。

信息的不对称，决定了掌握信息的人比没有掌握信息的人更具有优势，在经济领域，这种利用信息不对称而赚取丰厚回报的做法比比皆是。例如在股市中，有可靠信息来源的人，就比无信息来源的人更容易赚到钱。既然信息对博弈决策至关重要，那么，对于每个人来说，掌握信息就是一种必不可少的人生智慧。而财富就隐藏在信息中，关键是看你能不能把握住它，能不能应用它做出正确的判断。

宋国有一户人家，世代以漂染丝绸为业，他家有一种祖传秘方，能调制防治手脚龟裂的药膏。有位游客听说后，出价百两银子收买这种药方。

漂丝人全家商量后，认为一家人辛辛苦苦漂染丝绸一年，只不过能赚几两银子，现在一以下子可以得到上百两银子，于是一致决定把药方卖给了那位游客。

游客买下药方，来到吴国。当时吴国正与越国交战，时值隆冬腊月，北风刺骨，吴国水军士兵的手脚都开裂了，无法持戈作战，吴王为此很着急。这时，游客献上药方，吴王封他为将。调制的药膏治愈了士兵的手脚上的龟裂，一蹴而就，打败了越军。

吴王很高兴，赐封给游客大片土地作为奖赏，并封他为侯。

同样是治龟裂的药膏，漂丝者只为一家人在冬天漂丝用，游客用于两国交战，结果得到了大片的封地。游客聪明就聪明在他利用信息的智慧，一方面，他掌握了“吴王为士兵在冬天出现手脚龟裂而担心”的信息，另一方面，他掌握了“宋国人能够调制预防手脚龟裂的药膏”的信息。这个信息的利用，让他起到了雪中送炭的作用，因此大赚了一笔。

羊皮卷上有一句很著名的话，可以用来说明财富就隐藏在信息中：“即使是风，也要嗅一嗅它的味道，你就可以知道它的来历。”在当今这个瞬息万变的时代，关

注信息就是关注金钱，任何风吹草动都有可能包含着让我们成功的信息。信息已经成为这个时代的决定性力量，及时拥有信息的人，才能拥有财富。在当今社会里，什么都是用信息来衡量的，信息已经成为了这个时代的象征。

信息博弈可谓是应用广泛，给我们的生活和事业带来了很多有用的启示。

“知己知彼，百战不殆”，如果你想打败对手，就先要充分了解对手。

不打无准备之仗，任何时候都要让自己的心里有一盘清楚的棋局，掌握最充分的信息；

信息为王的时代里，请擦亮眼睛寻找商机，如果你留心，财富就会滚滚而来。

对于每个人来说，掌握信息是一种必不可少的人生智慧。财富和事业就隐藏在信息之中，关键是你能不能把握住它，能不能应用它做出正确的判断！

大趋势中的淘金客
——新经济篇



不可缺少的第三方——论坛经济

论坛经济并非一个全新的理念，而是近几年来席卷全球的一种客观经济现象。作为一个名词的创立和对之进行的释义则始见于重庆钓鱼嘴片区城市设计国际征集方案。名词的提出和归纳出自国家注册规划师刘永进和城市规划博士段飞。

通过论坛，借助各种媒体尤其是互联网等传播手段，实现企业之间、行业之间、地区之间乃至全国、全球经济信息的生产、处理、传播和交易，达到经济利润高速增长的目标责任制，这样的文化经济模式被称为“论坛经济”。

中国企业家世纪论坛启动于1999年4月22日，由北京世纪和棋经济信息咨询公司投资主办。包括花旗银行执行董事罗伯特·劳伦斯·库恩、希望集团董事长刘永行、搜狐集团董事局主席张朝阳、中国华录集团董事长王松山、美国前国家移民局局长麦乃瑞等在内的200多位海内外企业精英莅临论坛主讲，传授他们的经营理念。

为实现“论坛经济”的目标，论坛创始人何才庆先生提出了令人耳目一新的“中介三角”理论，即中介是经济活动过程中不可缺少的第三方，是连接甲乙双方的桥梁纽带。甲方、乙方、中介必须形成三角关系，才能够真正实现经济合作的目的。中介和甲方、乙方三方构成的三角形面积的大小，决定经济合作的总量，决定中介方的利益。

具有前瞻性的“论坛经济”理论及“中介三角”理论一经提出，就在业界产生了积极的影响并得到了广泛的认同，同时还取得了成功的案例和宝贵的社会实践经验。

一个成功的经济论坛，对一个国家、一个地区、一个行业具有内在驱动力，促进繁荣和发展。论坛经济是否活跃体现了一个国家、一个行业的发展状况。

论坛必须以“论坛经济”为依托，如果没有坚实的经济后盾作为支持，论坛是无法如期成功举办的。因此组委会为论坛制定了一个完备的赢利体系，包括指定用品赞助、广告宣传赞助和参会费。指定用品是指为论坛活动提供相关的必需品，如服装、通讯工具、交通工具及相关消费品，组委会将给予特定范围内的回报；广告宣传赞助是指赞助企业在论坛框架内的会刊、会议现场和宣传资料上作形象宣传时提供的赞助；参会费是指象征性地收取参会人员的部分费用，用于安排住宿、膳食等开销。



挖掘隐藏的黄金——绿色经济

天津市政协常委马友来在2009年6月8日召开的全球绿色经济峰会上发言时表示：绿色经济时代已经到来了。他认为整个工业革命的过程实际上是一次颜色革命的过程。第一次工业革命有一个根本的特点就是黑，石油、内燃机的出现是第一次革命的导火索，黑、重、大，是第一次工业革命的代表。第二次工业革命就是白了，轻、细包括石油的衍生品，加汽油等，另外纳米技术又小了，所以黑、重、大和白、轻、小是对立的。

现在又发展到了绿色时代。提出了绿色环保，绿色经济可以盈利，又发着金色，金色就是可以获利了，每个人都想获得金色，有两种概念，一个是赚钱，另外一个就是人和自然的和谐，这就是金色的概念。

当今，绿色的概念正在被广泛地应用。随着绿色浪潮席卷全球，从创建绿色生态农业到提倡“清洁生产”的工业，从绿色交运事业到绿色建构工程，从绿色消费以至绿色旅游、绿色营销、绿色策划等，都竞相以“绿色化”为荣耀。经济绿色化已形成一种潮流。绿色经济是指能够遵循“开发需求、降低成本、加大动力、协调一致、宏观有控”等五项准则，并且得以可持续发展的经济。“绿色经济”既是指具体的一个微观单位经济，又是指一个国家的国民经济，甚至是全球范围的经济。

绿色经济是以经济与环境的和谐为目的而发展起来的新的经济形式，是传统产业经济为适应人类环保与健康需要而产生并表现出来的一种发展状态。绿色经济将环保技术、清洁生产工艺等众多有益于环境的技术转化为生产力，并通过有益于环境或与环境无对抗的经济行为，实现经济的可持续增长。

为了引领全球绿色经济发展的趋势，2009年6月8日在天津举办全球绿色经济峰会。该活动对推进可持续发展战略，加强全球绿色经济合作和对话，推动经济、社会、自然和谐发展具有重要意义。

芝加哥气候交易所全球副总裁黄杰夫在天津举行的首届全球绿色经济峰会上表示如果通过交易的平台，使用清洁能源、清洁技术，其创造的节能量以及二氧化硫与水COD的减少，能够把一种隐藏的价值，“隐藏的黄金”通过交易来实现，这本身也是市场机制发挥了作用。

通用汽车（中国）投资有限公司副总裁也表示，在2011年的时候电动汽车将是其发展的一个重点，而且目前已经推出了在中国的第一台电动汽车的车型。

中国提出推进科学发展观，构建社会主义和谐社会，并把“生态文明”作为和谐社会建设中的新要求。政府针对实现可持续发展做出了积极而务实的努力。而发展绿色经济，不仅是经济增长的要求，也是参与下一轮全球竞争和实现可持续发展的

重要机遇。

可持续发展是绿色化的代名词，因其最基本的含义是指“既能满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害。”其核心思想是，健康的经济发展应建立在生态可持续能力、社会公正和人民积极参与决策的基础之上；对资源环境有利的经济活动应给予鼓励，反之则予以摒弃；不以GNP或GDP作为衡量发展的唯一指标，而以社会、经济、文化、环境等多项指标来综合评价。这样，将人类的眼前利益与长远利益、局部利益与全局利益协调统一好，就有可能使人口、资源、环境和发展实现良性运行，改进人类的生活质量，同时不会超过支持发展的生态系统的负荷能力。这种“绿色经济”模式，否定了西方国家产业那种“高生产、高消费、高污染”的传统发展模式。

日本在20世纪60年代经济腾飞的同时，努力治理环境污染，大力提倡和强调恢复与重建森林植被，并在20世纪80年代后，着重发展无污染、无公害的信息产业和游戏产业，取得了巨大的绿色经济成就。从20世纪80年代直至21世纪的今天，日本的森林覆盖率一直保持在67%以上，是世界上森林覆盖率最高的国家之一，同时，日本的经济实力排名世界第二，其人口的平均寿命名列世界第一，这不能不说是一个奇迹。

从全球来看，美国奥巴马政府上台之后，提出的绿色经济复兴计划，宣告了美国能源战略转型的开始，由高耗能的传统能源战略向环保、节能的新型绿色经济转变。在未来的几个月内，华盛顿将陆续出台高效能、可更新能源，以及控制废气排放等多个计划，并以此为契机启动下一轮的经济增长。因此，目前全球的经济、社会发展模式正面临着一个巨大的改变机遇。开发新的绿色技术，进行绿色生产过程，建立绿色商业和社会发展模式决定了经济发展的未来。



世界经济发展的风向标——知识经济

世界银行副行长瑞斯查德认为，知识是比原料、资本、劳动力更重要的经济因素。

美国管理学权威彼德·德鲁克也说：“在现代化经济中，知识正成为真正的资本与首要的财富。”

知识经济亦称智能经济，是指建立在知识和信息的生产、分配和使用基础上的经济。它是和农业经济、工业经济相对应的一个概念。

经济学家认为，知识经济是指以知识为基础的经济，它恰当地概括了20世纪90年代末世界经济的最新特点和发展趋势，即知识特别是经济理论与科学技术在经济发展中的巨大作用，尤其是第三次科技革命、信息技术迅速发展以来，知识和科技

已成为经济发展的核心要素。

在传统经济理论中，生产要素是指劳动力、资本、资源（含土地）。科学技术被看做是劳动力素质的内容。20世纪60年代，美国学者马克鲁普等人就曾提出了“知识经济”的概念。1983年，美国加州大学教授保罗·罗默提出“新经济增长理论”，认为知识是一种重要的生产因素，它可以提高投资的效益。因此，“新经济增长理论”被看做是知识经济在理论上初步形成的标志。

到90年代，综合学术界对知识经济的概念的阐述，可概括为以智能为核心的人力资源的占有、配置，以科技为主的知识的生产、分配、创新和使用为重要要素的经济。这也就是“科学技术是第一生产力”的经济。这里所说的知识包括人类社会迄今为止所创造的所有知识，特别是自然科学和经济学知识。

知识经济的特点表现在：

知识经济是促进人与自然协调、持续发展的经济，其指导思想是科学、合理、综合、高效地利用现有资源，同时开发尚未利用的资源来取代已经耗尽的稀缺自然资源。

知识经济是以无形资产投入为主的经济，知识、智力、无形资产的投入起决定作用；知识经济是世界经济一体化条件下的经济，世界大市场是知识经济持续增长的主要因素之一。

知识经济是以知识决策为导向的经济，科学决策的宏观调控作用在知识经济中有日渐增强的趋势。

20世纪90年代以来，经济增长显示出，知识的投资能够直接推进经济迅速发展，知识可以迅速扩大和提高传统生产要素的生产能力和生产效率，知识促使经济管理更加科学、更加现代化，知识也是调整生产要素、创造革新产品和改进生产程序能力的依据。

知识经济作为一种经济产业形式的确定则是20世纪90年代中期以来出现的，其主要标志是以美国微软公司总裁比尔·盖茨为代表的软件知识产业的兴起。比尔·盖茨从1996—1999年连续位居世界富豪榜的榜首。其资产平均每周增加4亿美元。1999年7月，比尔·盖茨的微软公司市值首次逾5000亿美元。如果把微软公司当做一个国家的GDP来衡量，1999年，它在全世界排名第11位，仅次于美国78000亿美元、日本42000亿美元、德国21000亿美元、法国14000亿美元、英国13000亿美元、意大利11500亿美元、中国9000亿美元、巴西、加拿大和西班牙等10国。微软公司创办者盖茨持有19.84%的股权，市值1122.93亿美元，和芬兰的GDP（近1200亿美元）差不多，比新加坡的GDP（963亿美元）还要大。微软公司的主要产品是软件及软件中包含的知识，正是这些知识的广泛应用，扩展了计算机应用范围。有些经济学家认为，克林顿总统第二任期间美国经济增长的主要源泉是美国的5000家软件公司。这说明在现代社会生活中，知识已成为生产要素中一个最重要的组成

部分，它标志着21世纪的主导型经济形态是知识经济。

经济学家们认为，相比其他资源，人才资源的开发弹性是最大的。据美国一家软件协会调查，各种同类设备之间性能差距最多不超过30%，而一个好的软件工程师和一个差的软件工程师的生产力可相差100倍。

知识经济特别重视建立知识网络。对于一个实体而言，从企业事业单位到一个国家，经济要取得成功，在知识经济时代比以往任何时候更取决于获取和使用新知识的效率，因此，建立知识网络异常重要。传统的创新发展模式往往是单向直线型的，即从研究成果走向开发，再转进规模生产，产品进入销售市场。而知识经济中创新发展模式是辩证的相互作用型的，即创新过程中诸多环节，如研究成果、设计开发、试验生产、市场销售等之间的关系是纵横交错、相互作用的辩证关系。或者说，工业经济时代的经营管理方式已经不太能适宜知识经济时代的经营管理需要。因此，在知识经济到来的时代，甚至发达国家也必须改革与调整国家经济管理政策，尤其是科学技术研究、开发政策，否则就难以适应知识经济时代的诸多要求。20世纪90年代以来，发达国家实施“大科学国际化”政策。随之“科学无国界”的兴起，大科学的研究工作呈现出国际化的强烈趋势。

由于许多大科学研究项目耗资巨大，如美国超导超级对撞机原计划投资80亿美元，时间仅过一年多，便追加到110亿美元，引起美国国会议员的不满，终于被撤销下马。如此巨额投资，对世界上任何国家的财政负担都是沉重的。因此，经济学家认为，如此巨大投入的科研项目，只有等待资金、人力、物力等多方面的国际合作。美国费米国家实验室于1995年3月2日宣布发现顶夸克，便是世界各国科学家合作取得的成果。该实验室有来自世界各地的440名科学家。他们来自巴西、加拿大、哥伦比亚、法国、印度、意大利、日本和中国等国家。小而言之，发达国家在科学研究开发中经常出现企业投入以及项目比例超过国家投入的现象，这反映出国家在科研开发的财政支出因紧缩而下降，私人企业则为保持长期发展而更多投入创新产品科学技术开发的趋向。如20世纪90年代后半期的法国，在高科技开发领域采取的措施，主要有打破国家研究所、大学研究机构和企业研究所之间的壁垒，集中人才与企业联合共同进行某一课题的研究；鼓励科研人员将专利作为投资带到企业生产中去，放宽科研人员在开发专利中所得报酬的限制；尽力促进科研成果转化为生产力，通过提供资助与调低优惠税收等政策来鼓励企业开发创新产品的积极性。其主要目标是，在知识经济时代增强国家产品的国际竞争力，从而促进经济稳定持续增长，提高就业率。

传统的促进经济发展和增长的因素是资本、资源、劳动力的合乎科学规律的运用。而在知识经济时代，经济增长是以知识为基础的，尤其是不间断的新知识的创造以及新知识新技术在经济、生产中的传播、转化、直接推动经济、生产发展。因此，知识经济的目标就是不断研究和开拓新的科学技术，并迅速应用于生产和生活。

经济学家认为，20世纪末，世界经济正从工业经济悄然而坚定地向知识经济转变，经济的重心已经转移到获得新技术知识上，创造和应用新技术的重要性已经超过了工业经济时期的传统经验与传统技术。



基因也可以赚钱吗？——基因经济

2007年10月11日，我国科学家对外宣布已经成功绘制完成第一个完整中国人基因组图谱（亦称“炎黄一号”），这也是第一个亚洲人全基因序列图谱。基因经济是以基因产品满足人们精神和物质需求并能形成资本运作、资本市场、扩大再生产并推动整个社会经济迅速增长和发展的一种新经济。

几年内，尽管沪深股市异动，但一批与“基因”或多或少沾边的股票都有不俗的涨幅。基因经济正渐入佳境，成为世纪新宠，前景看好。

所谓基因经济或生物技术经济是指由于基因研究和开发可以生产出大量为人们所需要的产品，并形成开发、营销、消费、扩大再生产等一条龙的经济体制，因而可以满足人们日益增长的物质与精神需求，为人们的生活和国民经济的发展开辟巨大的空间。

随着人类基因组工作框架图的面世，人类的生活发生巨大变化。基因药物慢慢走入人们的生活，利用基因治疗更多的疾病即将梦想成真。癌症、艾滋病等不治之症的病因将被揭开，到时候对照人们被损坏的基因“对因下药”，就像治疗伤风感冒一样容易，药到病除，妙手回春。人们的起居饮食习惯、生活规律有可能根据基因图谱重新调整，人类的健康状况将会得到很大的改观。

为了应对基因经济的到来，我国科学家和企业家联手行动，未雨绸缪。上海一家科技集团申请了1900多项基于人类基因的药物专利，成为世界上少数几个基因专利逾千项的企业之一。

无疑基因产业是一个未来的朝阳产业，是一种朝阳经济。基因经济也无疑是今天人们耳熟能详的知识经济的重要组成部分，离开了基因经济是不能称之为知识经济或新经济的。但是在今天，人们似乎只看到了IT技术，而忽略了基因技术和基因经济。这种忽略自然有多方面的原因，但是基因经济正以不可阻挡的步伐向我们走来。

基因经济的价值体现在其产品开发和使用上，即发现和利用功能基因。

其一是人类基因。

例如，一个肥胖基因的发现和转让如今价值1.4亿美元。而利用这一基因生产的供成千上万越来越肥胖的人消费的减肥产品所获利润将是这一基因转让费的10倍至100倍。一个生长激素基因仅获得的专利索赔价就达2亿

美元。以此推论，人类基因组的8万个功能基因（过去推测是10万个）将是未来天文数字般的财富，也是基因经济的重要基础之一。

其二是农作物和植物的基因产品和经济。

例如，美国的转基因食品如玉米、西红柿、土豆和激素牛肉等去年仅国内的销售利润就达100多亿美元。美国一家转基因种子公司的种子和药品市场价值为500亿至600亿美元；生产“终结者”基因种子的英国阿斯特拉·捷利康公司的股票当即被美国生物工程企业以20亿美元收购，并且这一基因种子已申请到了专利。据估计在今后5年内仅美国的基因工程农产品和食品市场规模将达到200亿美元，10年后将达750亿美元。我国杂交水稻之父袁隆平的杂交水稻同样属于高生物技术产品，如今被估价1000亿人民币。

其三是各种转基因动物创造的基因产品和经济。

荷兰金发马公司的转基因乳牛可以产出含有乳铁蛋白的牛奶及奶粉，这种产品每年的销售额就达50亿美元。芬兰一家公司用转基因牛产出的牛奶中含有红细胞生成素（EPO），每一头这种牛所产的所有EPO就值42亿美元。我国上海曾溢滔教授等创造的转基因羊可在其乳汁中分泌出凝血因子IX以治疗血友病，据估算每头羊的价值约为30万美元。英国罗斯林研究所创造的能分泌α1-抗胰蛋白酶的转基因羊每头也价值30万美元，因为它们能分泌出这种特殊的酶以治疗肺气肿。最近，我国第三军医大学研制出的用于烧伤治疗的转基因猪皮，一张就值2万元人民币。如果全国每年的70万烧伤病人的一半需要做皮肤移植手术，那么转基因猪皮每年将创下10~18亿元人民币的收入。至于其他被称为动物药厂的各种转基因动物（如转基因猪供器官移植、转基因鸡下的蛋里含抗癌药、转基因食物中包含的抗病疫苗等），其经济价值就难以估算了。

如果这些研究机构和公司上市发行股票，其上市价值丝毫不逊色于信息经济的规模，而且无论在人们的观念中还是从实际的效益来看，基因产品和经济都没有网络那种虚拟的泡沫成分，而是实打实的产物和经济。

基因经济可以说是广袤无边的，甚至比IT技术更重要、更具广阔的发展空间。因为无论是农作物还是植物，无论是动物还是人类，都具有DNA和形形色色的各种功能基因，正是它们产生和创造了世上的万事万物，无论是吃的还是用的，无论是娱乐的还是精神的，是能产生万事万物的玄而又玄的“众妙之门”。所以诺贝尔奖得主杨振宁曾在南京指出，假如说20世纪是物理学世纪的话，那么21世纪将是生物学世纪。生物学对人类价值观念的影响恐怕比物理学对人的影响更深奥。显而易见，生物学才是新世纪真正的主角。



美丽的神奇功效——美女经济

随着商品经济的快速发展，先是社会上出现了“美貌也是生产力”的流行观点，接着“选美经济”开始显山露水，如今“美女经济”又崭露头角，成了一种与假日经济、基因经济等并驾齐驱的新的社会经济形态。

所谓的美女经济，就是围绕美女资源所进行的财富创造和分配的经济活动。美女经济以开发女性的美丽资源为中心，是人们物质、精神生活水平提高的必然趋势，与社会发展同步前进。美女加速了财富的积累和消耗，促进了货币的快速流通分配，降低了资金闲置率。以投资回收效率论与利益最大化的眼光来审视，她们对社会的贡献真是不小，不但悦人耳目，还可以活跃经济，同时也使得美女经济不断地延伸发展。

如今社会对美女经济的开发利用可谓炉火纯青，综合来看，主要有以下几方面。

首先，建立“造美流水线”或工厂，如明星经纪公司、明星猎头公司等。正如一著名猎头所说的那样，美女明星不是天生的，而是打造出来的。美女经过造美工厂包装、宣传、推广等流水线的深加工，产生公众崇拜，制造美女效应，这是造美工厂惯用的手段。有时就连美女自己也会感叹：我怎么会变得如此美丽——被自己的美貌惊呆了。接着，美女出厂便可与众多商家同谋各自利益——商家利用美女的公众效应来撬动消费者的钱包；美女为自己和造美工厂牟利。美女经济较之古人的进步在于：不仅用美女促使男人消费，也能用美女撬动女人的钱包——进一步开拓了市场，扩大了收益。在生产过剩的现代社会中，美女经济是一支兴奋剂：刺激神经、调动需求，拉动消费。

其次，利用美女效应举办“美女会展”，制造热点，拉动短期但快速集中的消费。比如，盛行于世界的选美大赛、世界小姐、世界名模大赛，举办者多是醉翁之意不在酒，“美女搭台，经贸唱戏”才是他们的本意。一个大赛，投资至少千万，在吸引众多眼球的同时，主办城市也会乘机大捞一把。在注意力经济盛行的今天，“美女会展”凸显优势，似有发展成为未来支柱产业的倾向。

在现代社会里，美女是一个幸运的群体，她既是众多女人的标榜，又是男人们孜孜追求的目标，是可以坐享富有与荣誉的象征，有一广告语说得好：女人的美丽能赚钱，或许就指的是这个。美女经济与传统经济的最大的不同点是，把传统经济中的非生产力因素转化为生产力因素，并且是转为主要的“生产力因素”，对美女的美丽资源进行个性化利用和发挥，从而赢得相应的独特的经济效应。



巨大的经济蛋糕——奥运经济

数据说明，奥运经济对北京经济增长贡献明显。国家统计局北京调查总队、北京市统计局国民经济核算处提供的报告显示，在2005—2008年的“奥运投入期”内，北京市GDP的年均增长速度达到11.8%，较“十五”期间提高了0.8个百分点，其中2007年受奥运影响GDP的拉动幅度增长最大，达到1.14%，2008年则为0.85%。2004—2008年间，奥运因素共拉动北京GDP增加1055亿元。

奥运经济是注意力经济，是品牌经济，是借势经济。与奥运有直接或间接联系的、在一定时间内、在不同的区域所发生的一切社会和经济活动，都是奥运经济。奥运经济，是中国发展的又一块跳板。因为，奥运经济给中国发展带来并创造了新活力。

提起“奥运经济”，人们不由得会想起美国商业奇才尤伯罗斯，他首创了奥运会商业运作的“私营模式”，1984年的洛杉矶奥运会改变了以往奥运会“赔本赚吆喝”的历史，而且在没有任何政府资助的情况下，创造了2.25亿美元的盈利，把奥运会变成了人见人爱的摇钱树。

20世纪70年代尤伯罗斯参与竞争洛杉矶奥运会组委会主席的职位，并一举成功。但是他上任之初，没有人愿意租办公室给奥组委，因为担心他们付不起房租，他不得不自掏腰包，拿出100美元为奥组委开了个账户。当时奥组委可谓困难重重，因为洛杉矶市政府禁止动用公共基金，加利福尼亚州又不准发行彩票，而两者都是奥运会筹款的传统模式。精于算计的尤伯罗斯于是用上了他所熟悉的种种商业手段：出售奥运会电视转播权，获得36亿美元的资金；与可口可乐等公司大打心理战，赢得超出预计的860万美元赞助费；甩掉只肯出价200万美元的柯达公司，接受日本富士公司700万美元的赞助合同等一系列措施。尤伯罗斯对奥运会的商业贡献还在于把火炬接力也变成了“印钞机”。当他首先提出把奥运火种从希腊运至纽约，再横贯大陆进行接力跑时，组委会炸锅了。管人事的说，这会占用太多的人力；管财务的说，这开销实在太大；管安全的则说：“要是有个疯子往火炬手身上泼汽油或者一个狂人在山坡上放冷枪，该怎么办?”投票结果是，尤伯罗斯以1:7惨败。

尤伯罗斯坚信，大多数人反对的就是正确的事情。一周后，尤伯罗斯召开了一次会议，“我们得组织一次横穿全国的火炬接力。”火炬接力最后取得了圆满的成功，因为每个人都为自己能当一名火炬手而感到自豪。

奥运经济可以带来三种效应：凝聚效应、辐射效应、瞬间放大效应。

凝聚效应是指借助奥运，使大量的技术、资金、人才向这里凝聚；

辐射效应说的是，北京举行奥运会，却可能对天津、河北，甚至是澳门、香港的经济起到带动作用；

瞬间放大效应则是指，因为举办奥运会，经济会在很短的时间内飞速发展起来，GDP会在很短的时间内翻番。



看得见但摸不着——虚拟经济

虚拟经济是市场经济高度发达的产物，以服务于实体经济为最终目的。随着虚拟经济迅速发展，其规模已超过实体经济，成为与实体经济相对独立的经济范畴。

假设一个市场，有两个人在卖豆腐，有且只有两个人，我们称之为甲、乙。他们每斤豆腐卖一元钱就可以保本。

一个游戏开始了：甲花一元钱买乙一斤豆腐，乙也花一元钱买甲一斤豆腐。甲再花2元钱买乙一斤豆腐，乙也花2元钱买甲一斤豆腐，现金交付。甲再花3元钱买乙一斤豆腐，乙也花3元钱买甲一斤豆腐，现金交付。

于是在整个市场的人看来，豆腐的价格飞涨，不一会儿就涨到了每斤豆腐60元。但只要甲和乙手上豆腐的数量一样，那么谁都没有赚钱，谁也没有亏钱，但是他们重估以后的资产“增值”了。甲乙都拥有高出过去很多倍的“财富”，他们的身价提高了很多，“市值”增加了很多。

这时候有个路人丙，一个小时前路过的时候知道豆腐是一元一斤，现在发现是60元一斤，于是很惊讶。他毫不犹豫地买了一斤，他确信豆腐的价格还会涨，还有上升的空间，并且有人给出了超过200元的“目标价”。

在甲、乙赚钱的示范效应，甚至路人丙赚钱的示范效应下，接下来买豆腐的路人越来越多，参与买卖的人也越来越多，豆腐的价格节节攀升。所有的人都非常高兴，但是很奇怪：所有人都没有亏钱。

有人问了：买豆腐永远不会亏钱吗？看样子是的。但是突然有一天市场上来了一个人，说了句：“一斤豆腐的成本价就是一元。”一语惊醒梦中人，人们也在突然间发现豆腐确实没有那么高的价值。于是，人们争相抛售，豆腐的价格急剧下降。

这时，谁赚了钱？就是占有豆腐最少的人！

还有一个故事：几个白天黑夜都梦想着发财的人，使用了很多手段，如办厂、养牛羊、挖矿山，但这些行动最终都以失败而告终。发财无门的他们，便想出一个妙招：

他们拿着一些写着面值一元的纸片对一群同样也渴望发财的傻瓜说，你们看，我们这里有一些神奇的纸片，它们不是货币但它们比货币还值钱。它们代表一座不

断长高的金山，你们可以通过它神奇的升值能力来获得很多货币。你们看，现在这些纸片就已经升值了，我们可以把它们一张卖5元钱。于是傻瓜们一拥而上，抢购为先，他们花5元买了一张纸片。

后来没有买到的傻瓜就以10元、20元甚至100多元的价格从前面的傻瓜手里买那些纸片，并且还给那些骗子交手续费。因为每个傻瓜从前面一个傻瓜的经历中获知这张纸片还会升值，并且有更大的傻瓜以更高的价格买下它们，这样他们就可以赚更多的钱。然而直到有一天，傻瓜们发现那些纸片其实连一元钱也不值，于是最后以最高价格买到那些纸片的傻瓜就成了最大的傻瓜。

赚了钱的傻瓜乐呵呵地去卖另一种纸片，希望发更大的财。而那些成了最大傻瓜的人，赔了夫人又折兵，拿着那些曾经风光过的纸片哭爹喊娘无济于事后，便莫名其妙地怀疑起这怀疑起那来。

虚拟经济是相对于实体经济而言的，是经济虚拟化的必然产物。这是近年来出现的一个新词语。其最为普遍的解释，是指与虚拟资本以金融系统为主要依托的循环运动有关的经济活动，简单地说，就是直接以钱生钱的活动。

虚拟经济最早的起源可以追溯到私人间的商务借贷行为。例如，小王急需购买某种货物，但他本人没有足够的资金，而小李手头正好有一笔钱闲置未用，于是小王便向小李借一定数额的钱，许诺在一定时期内还本付息。小李手中的借据就是虚拟资本的一种雏形，它通过借款与还款的循环活动而获得增值。这时小李并未从事实际的经济活动，只是通过一种虚拟的经济活动来赚钱。

虚拟经济具有如下四个基本特征。

1. 高度流动性

实体经济活动从生产到实现需求均需要耗费一定的时间，但虚拟经济是虚拟资本的持有与交易活动，只是价值符号的转移，相对于实体经济而言，其流动性很大。随着信息技术的快速发展，股票、有价证券等虚拟资本无纸化、电子化，其交易过程在瞬间即可完成。

2. 不稳定性

各种虚拟资本在市场买卖过程中，价格更多地取决于虚拟资本持有者和参与交易者对未来虚拟资本所代表的权益的主观预期，而这种主观预期又取决于宏观经济环境、行业前景、政治及周边环境等许多非经济因素，增加了虚拟经济的不稳定性。

3. 高风险性

由于影响虚拟资本价格的因素众多，这些因素自身又变化频繁、无常，并不遵循一定的规律，且随着虚拟经济的快速发展，其交易规模和交易品种不断扩大，使虚拟经济的存在和发展变得更为复杂和难以驾驭，再加上非专业人士受专业知识、信息采集、信息分析能力、资金、时间精力等多方面的限制，因此，虚拟资本投资成为一项风险较高的投资领域。

4. 高投机性

有价证券、期货、期权等虚拟资本的交易虽然可以作为投资目的，但也离不开投机行为，这是由市场流动性的需要所决定的。随着电子技术和网络高科技的迅猛发展，巨额资金划转、清算和虚拟资本交易均可在瞬间完成，这为虚拟资本的高度投机创造了技术条件，提供了技术支持。

在我国虚拟经济初级阶段发展过程中，既面临机遇，又面临严峻的挑战。为了推进我国虚拟经济的发展，要从我国实体经济的情况出发，按照实体经济的要求和条件，采取有利措施，积极创新，逐步推进虚拟经济的发展。发展虚拟经济的目的是要促进实体经济的发展，实现实体经济的有效延伸，为实体经济提高效率提供有效的空间。



喧嚣的黄金周背后隐藏着什么？——假日经济

2009年10月1日至8日放假，共8天。据中国旅游研究院的预测，8天时间里，仅在中国国内，旅游人数就将超过两亿人次，旅游收入超过1000亿元人民币。而据商务部监测，10月1日至8日，全国实现消费品零售额约5700亿元，日均零售额比上年“十一”黄金周增长18%左右。作为黄金周的直接受惠者，旅游和以商业、餐饮、文化休闲为代表的假日消费市场，呈现出了前所未有的火爆景象。

假日经济是指人们利用节假日集中购物、集中消费的行为，带动供给、带动市场、带动经济发展的一种系统经济模式。有人形象地称之为：因为有一部分人休息，而使另一部分人获得工作的机会。假日经济属于消费经济范畴，它的主要特征就是消费。从时间上来看，主要集中在双休日和几个节日高峰，如春节、清明节、劳动节、端午节、国庆节、中秋节等。

假日经济是一种新的经济模式，是随着我国经济和社会不断发展、人民生活水平不断提高、闲暇时间日益增多的现实情况逐渐形成的。假日经济的产业体系涵盖面非常广，几乎涉及第三产业中的大部分行业。除作为假日经济支柱行业的旅游业外，商业、餐饮业、娱乐业、体育产业、交通运输业、影视业、展览业、广告业，甚至是彩票都是假日经济的一部分。

长假始于1999年，当时，1997年金融危机对中国的冲击正在加深，周边国家都实行了“以邻为壑”的本币贬值战略，而中国却做出了人民币不贬值的郑重承诺，因此，在外需急剧下滑的背景下，出台了一系列拉动内需的政策，从高校扩招、征收利息税到放长假，各种招数都用上了。“黄金周”、“假日经济”开始流行。

近年来在我国出现的“假日经济”现象主要基于以下原因。

第一，随着经济的快速发展，居民收入水平有了很大的提高。国际经验表明，人均年收入达到500~800美元，是旅游消费急剧扩张的时期。1999年我国城镇居民人均收入为5854元，已达500美元左右，有的城市已达1000美元，可以说我国已迈入了旅游扩张期的门槛。

第二，人们的闲暇时间增加。新出台的《职工带薪年休假条例》从2008年1月1日起开始施行。此次节假日调整后，中国法定节假日和周末休息日将达到115.3天，如加上职工带薪年休假，一年中平均休假时间超过1/3。从某种意义上说，假日消费情况的好坏，决定了一年消费市场的阴晴。

第三，人们的消费观念发生了变化。传统道德的影响使大多数中国人重积累，轻消费，尤其无暇顾及精神消费和生活品质的提高。伴随着我国迈入“相对过剩经济”时期，在政府和媒体相关措施的影响下，居民的消费观念逐步发生变化。没有这一点，“假日经济”是无从谈起的。

但是，在喧嚣的黄金周背后，也暴露出许多问题。以旅游市场为例，在北京，仅5天时间，相关国庆游园活动就吸引了800多万名游客。而因国庆阅兵成为游客关注焦点的天安门广场，更是连续多日接待各地游客达150万人次以上。摩肩接踵的人流，带来的必然是观赏效果和旅游品质的下降。甚至可以说，在超高人气刷新历史数据的喜人游客流量背后，几乎无可避免地潜伏着游览品质及含金量的缩水。与此同时，频频超越景区景点日最佳接待量的客流，对富含自然和人文功能的景区而言，亦是一个极大的考验。超负荷的市场运作经营，将会给这些不可再生的重要人文资源带来怎样的隐性伤害是很令人忧虑的。

在盘点假日旅游经济账单的同时，更不应忽略对环保等绿色账单的检视。短期经济账单只能让人欣悦一时，而绿色账单的品质却与未来的生存发展、子孙后代的命运休戚相连，它更应被重视和礼遇。



怎样才可以在互联网上获得财富？——网络经济

IBM公司董事长兼首席执行官路易斯·格斯特纳曾表示，雨后春笋般冒出来的网络公司并不意味着网络风暴的来临，只有当世界级大公司抓住互联网的力量并用它来改造自身的时候，才表明网络风暴的形成。

如今网络风暴真的已经形成了。作为工业时代代表的通用汽车、福特汽车、通用电气和波音公司都纷纷开展了自己的互联网战略。两大汽车制造商福特和通用率先将把它们庞大的采购部门转移到互联网上。从此以后，这两家公司的采购部门都是通过互联网来和世界各地的供应商、商业合作

伙伴以及顾客联系的。

福特公司将其采购部门转移到网上之后，每年通过网上进行的交易金额达到800亿美元。福特公司建立的网站将向通过它所达成的每笔交易收取一定的手续费，此外，广告收入也将成为它的主要利润来源。而对他们的主营业务汽车制造来说，网络的开放性和全球性让它们可以密切跟踪交易的每个步骤，更容易货比三家，从而挑选性能和价格最佳的产品。

网络经济是指由于计算机互联网络在经济领域中的普遍应用，使得经济信息成本得以急剧下降，从而导致信息替代资本在经济中的主导地位，并最终成为核心经济资源的全球化经济形态。

网络经济作为一种新兴的经济有别于传统的经济，主要表现如下。

(1) 网络经济是一种高度信用化的经济形态，在网络经济中，参与交易的各方是互相不见面的，交易的商品和服务最多也只是以“图像”的方式虚拟存在，所以网络经济对经济中的信用度的要求很高，网络经济的实质就是强化的信用经济。

(2) 网络经济是一种物理上虚拟的经济形态，主要表现为在时间上是虚拟的，网络经济是全天候运行的，很少受时间因素的制约，网络经济是全球化的经济，它是建立在综合性全球信息网络的基础之上的，突破了时间和空间以及国界的限制，使经济活动成为全球化的活动；在物质上是虚拟的，即在互联网上的经济活动实际上只是一套符号体系，它是经济社会实物经济在互联网上的再现，必须与实际经济相对应。

(3) 网络经济是一种高度个性化的经济形态，其个性特征主要是个人化、客户化、个体化和特定化。在网络经济中，个人化代替了效率；个体化代替了大规模生产；客户化代替了客户支持；特定化代替了大规模销售。

“网络经济”一词表示一种新型的经济形态，是指通过互联网络而进行的经济。它的产生是以信息产业和服务业的飞速发展为基础的。

网络信息技术日新月异；网络经济规模迅速扩大，未来10年国际贸易的1/3将通过网络贸易的形式完成；电子商务发展前景广阔；新型的网络战略产业迅速崛起；发达国家居于领先地位。

网络经济正在给世界经济社会的发展带来深远和全方位的影响，改变着人们的生产方式、生活方式以及企业的运作方式和政府的管理模式，改变着传统的经济活动形态和社会形态，改变着传统的经济经销方式和业务形态，改变着传统的企业运转方式。

但是，网络经济不可避免地存在许多问题：商品交易的非物质化；纳税对象的无形化；税收竞争趋势；整体利益与个体风险；网络市场的外部影响；网上政府和网上政务；企业规模经济；消费者权益保护；网络道德风险；网络法治与网络安全；等等。



为何“桑基鱼塘”卷土重来？——循环经济

闻名五百年的珠三角“桑基鱼塘”农业生产方式，特点是环保和节约：蚕粪喂鱼，塘泥肥桑，栽桑、养蚕、养鱼三者有机结合。一言以蔽之，变废为肥，肥不外流。“桑基鱼塘”农业经济，曾在过去三十年珠三角工业化进程中逐渐没落。如今，在广东新一轮经济发展中，“桑基鱼塘”的环保和低成本理念，正以工业化的版本卷土重来。

循环经济即物质闭环流动型经济，是指在人、自然资源和科学技术的大系统内，在资源投入、企业生产、产品消费及其废弃的全过程中，把传统的依赖于资源消耗的线形增长的经济，转变为依靠生态型资源循环来发展的经济。

所谓循环经济，在本质上是一种生态经济，它要求运用生态学规律而不是机械论规律来指导人类社会的经济活动。传统经济是一种“资源—产品—污染排放”单向流动的线性经济，其特征是高开采、低利用、高排放。在这种经济中，人们高强度地把地球上的物质和能源提取出来，然后又把污染和废物大量地排放到水系、空气和土壤中，对资源的利用是粗放的和一次性的，通过把资源持续不断地变成为废物来实现经济的数量型增长。

与传统经济不同，循环经济倡导的是一种与环境和谐的经济发展模式。它要求把经济活动组织成一个“资源—产品—再生资源”的反馈式流程，其特征是低开采、高利用、低排放。所有的物质和能源都要能在这个不断进行的经济循环中得到合理和持久的利用，以把经济活动对自然环境的影响降低到尽可能小的程度。

循环经济的理论基础应当说是生态经济理论。生态经济学以生态学原理为基础，以经济学原理为主导，以人类经济活动为中心，运用系统工程方法，从最广泛的范围研究生态和经济的结合，从整体上去研究生态系统和生产力系统的相互影响、相互制约和相互作用，揭示自然和社会之间的本质联系和规律，改变生产和消费方式，高效合理地利用一切可用资源。

简言之，生态经济就是一种尊重生态原理和经济规律的经济。它要求把人类经济社会发展与其依托的生态环境作为一个统一体，经济社会发展一定要遵循生态学理论。生态经济所强调的就是要把经济系统与生态系统的多种组成要素联系起来进行综合考察与实施，要求经济社会与生态发展全面协调，达到生态经济的最优目标。

循环经济是一种以资源高效利用和循环利用为核心，以“三R”为原则（减量化Reduce、再使用Reuse、再循环Recycle）；以低消耗、低排放、高效率为基本

特征；以生态产业链为发展载体；以清洁生产为重要手段，达到实现物质资源的有效利用和经济与生态的可持续发展。

循环经济与生态经济既有紧密联系，又各有特点。从本质上讲循环经济就是生态经济，就是运用生态经济规律来指导经济活动，也可称是一种绿色经济、“点绿成金”的经济。它要求把经济活动组成为“资源利用—绿色工业（产品）—资源再生”的闭环式物质流动，所有的物质和能源在经济循环中得到合理的利用。循环经济所指的“资源”不仅是自然资源，而且包括再生资源；所指的“能源”不仅是一般能源，如煤、石油、天然气等，而且包括太阳能、风能、潮汐能、地热能等绿色能源。注重推进资源、能源节约、资源综合利用和推行清洁生产，以便把经济活动对自然环境的影响降低到尽可能低的程度。

生态经济与循环经济的主要区别在于：生态经济强调的核心是经济与生态的协调，注重经济系统与生态系统的有机结合，强调宏观经济发展模式的转变；循环经济侧重于整个社会物质循环应用，强调的是循环和生态效率，资源被多次重复利用，并注重生产、流通、消费全过程的资源节约。生态经济与循环经济在本质上是一致的，都是要使经济活动生态化，都是要坚持可持续发展。物质循环不仅是自然作用过程，而且是经济社会过程，实质是人类通过社会生产与自然界进行物质交换。也就是自然过程和经济过程相互作用的生态经济发展过程。

发展循环经济可以解决经济与环境之间长期存在的矛盾，达到经济与环境的双赢，是实现可持续发展的重要途径和有效措施，对实现新型工业化具有重要意义。

第一，发展循环经济是实施资源战略，促进资源永续利用，保障国家经济安全的重大战略措施。我国的资源状况，一方面人均资源量相对不足，另一方面资源开采和利用方式粗放、综合利用水平低、浪费严重。

第二，发展循环经济是防治污染、保护环境的重要途径。首先，发展循环经济要求实施清洁生产，这可以从源头上减少污染物的产生，是保护环境的治本措施。另外，各种废弃物的回收再利用也大大地减少了固体污染物的排放。

第三，发展循环经济是应对入世挑战、促进经济增长方式转变、增强企业竞争力的重要途径和客观要求。目前，我国单位产值能耗为世界平均水平的2.3倍，主要用能产品单位能耗比国外先进水平高40%；我国工业产品能源、原材料的消耗占企业生产成本的75%左右，若降低一个百分点则能取得100多亿元的效益。近几年，资源环境因素在国际贸易中的作用日益突显出来。“绿色壁垒”成为我国扩大出口面临最多也是最难突破的问题，有的已对我国产品在国际市场的竞争力造成了严重的影响。发展循环经济在突破“绿色壁垒”和实施“走出去”战略中能够发挥重要作用。



如何在公司中推销自己？——注意力经济

人活着就是在推销，每个人无时无刻不在推销着世界上最伟大的产品——自己。演员要向观众推销自己的表演才华，销售员要向客户推销自己的产品，求职者要向主考官推销自己的能力和专长……推销自己是门艺术，只有掌握了其中的策略和技巧，才能把自己的意图、知识、优点、服务、人格魅力等推销给别人，博取对方的理解、好感和支持，才能顺利地取得成功。

可是，如何在公司中推销自己呢？那些在一个公司里薪水猛涨、职位高升的人，衣着光鲜、风光无限，注定是职员们关注的焦点。其中有人羡慕，有人嫉妒，有人称赞，更有人暗自慨叹自己怎么没有机会吸引众人的视线呢？然而，你是否想过，这些经理、主管其实在升职以前就已经靠自己的表现吸引了公司高层的注意，而升职，只不过是这个过程的自然结果。当然，想要赢得关注绝非易事，但如果你也想加薪的话，就绝不能在企业中如同空气一般让人视而不见，而应努力抓住领导和同事们的视线，从而获得提升的机会。对此，可以用“注意力经济”来加以描述。

注意力经济又被形象地称作“眼球经济”。“注意力经济学”这一术语由来已久。著名的社会科学家、1978年诺贝尔经济学奖的获得者赫伯特•西蒙，率先阐述了其基本原理，他说，当公众接受信息时存在着消费，消费的正是他们的注意力。不过，直到20世纪90年代末期，随着计算机网络科技的兴起，注意力经济学这一理念才真正受到世人的关注，并获得了非常广泛的应用。

在注意力经济学里，公众的注意力被视作一种资源，而公众将消费这种资源去接受信息。不同信息具有不同的价值，如果以“好、坏、无所谓”对信息进行简单区分，那么好信息可以使其受众在消费注意力的同时得到利益，比如一种新药品的信息有望改善糖尿病人的健康状况，一个精彩的幽默可以让人会心一笑；坏信息则相反，受众消费注意力后却可能会受到某种损害，比如在广告上鼓吹高蛋白、高营养的奶粉实际上是伪劣产品，失态的言谈举止对别人心理造成伤害；至于无所谓的信息，受众往往是一带而过，不会去注意它们，因此谈不上什么消费。

我们知道，老板在提拔员工时，当然会把机会留给那些给其留下良好印象的人。这就是注意力的作用。因此，在企业里，如果一个职员能及早应用“注意力经济学”，控制领导的注意力消费，从而推销自己，那么晋升的可能性就会大很多。相反，那些未曾消费过领导多少注意力的员工，其提升空间就小了许多。

《财富》杂志在上海搞了一次新闻发布会，结果，3天赚了1000万元；《还珠格格》把皇宫里的戏唱到了百姓中间，也争得了数亿双眼球的青睐，

进而一集卖到了58万元；《羊城晚报》等报业集团刻意对宣传给予包装，赢得了众多的读者。它们的成功归结到一点就是：通过各种手段，引导了群众的注意力。

在电视上，新产品通过广告向受众展示自己的"卖点"。同样的道理，在企业中，一名员工也应该借助合适的方法向公司推销自己，以吸引上司、同事的注意。只有充分运用"注意力经济学"，才能使自己获得更多的加薪、升职的机会。

在知识经济时代，注意力已经成为商机的先导。"眼球经济"更成为了一种时尚。谁的产品能快速、准确、广泛和持久地引人注意，谁就有可能成为最大的赢家。要捕捉广大商家的注意力，关键是要关心商家的意愿、倾向、心情、嗜好等，这不仅需要新闻媒体、互联网搞好文化创新，而且更需要企业家注意投资媒体及文化艺术产业。我们众多的企业已经注意到了这一点，已经开始注意宣传企业的形象，对企业产品进行实事求是的包装，使产品不断开辟了新的市场。



为什么"好梦一日游"的生意越来越火？——体验经济

大家对冯小刚导演的贺岁片《甲方乙方》都非常熟悉，在这部电影中，几个年轻人成立了一间名为"好梦一日游"的小公司，该公司的业务就是想尽办法帮助那些心存梦想却又因为某些原因而无法实现梦想的人"在一天中梦想成真"，这其实就是对体验经济很好的诠释。电影中有痴迷军事、梦想成为巴顿将军的书贩子；有多次失恋、希望娶一位公主为妻的落魄青年；还有吃腻山珍海味、想过几天苦日子的百万富翁。在"好梦一日游"公司的帮助下，他们的梦想都一一实现了。尽管时间很短，但是毕竟让这些客户们得到了奢望已久的亲身"体验"，好好地过了一把瘾。最后"好梦"公司的生意越来越红火，这也许就验证了"体验经济"新模式的巨大发展潜力。

到底什么是"体验经济"？所谓体验，就是指"人们用一种从本质上说很个人化的方式来度过一段时间，并从中获得过程中呈现出的一系列可记忆事件"。在经济活动中，所谓体验，也就是"企业以服务为舞台、以商品为道具，环绕着消费者，创造出值得消费者回忆的活动"。也就是说，企业提供的产品和服务必须能够满足消费者某些心理需求，这种满足就是提供给消费者的某种"体验"。从消费者的心理来讲，追求自我实现是体验经济的精神核心，人们对体验的价值的关注远胜于产品及服务。

物质产品的日益丰富，使得消费者的需求越来越个性化，从追求产品的使用价值转变为追其一种与众不同的感觉。而工业化大生产的高速发展，使得产品越来越

趋向于同质化，为了在激烈的竞争中脱颖而出，企业必须重新考虑自己的产品特征，于是赋予产品一种个性和文化的全新体验经济就这样产生了。

旅游是一种天然的体验经济，它作为人们求新、求异、求奇、求美、求知的一种重要途径，本身就是一种体验经济。旅游需要休闲的状态，旅游需要自由的感受，旅游需要艺术的想象，旅游需要审美的情趣。阿尔卑斯山上山的公路上立着一块提示牌："慢慢走，请欣赏"，这正道出了旅游的真谛，也是体验经济在旅游业中的最佳写照。

我国的"假日经济"就是一种典型的体验经济。在黄金周期间，人们纷纷走出家门，到各处体验大自然的美好风光和各地的风俗。在我国今年国庆节中秋节8天假日期间，全国共接待旅游者2.28亿人次，比2008年"十一"黄金周增长28.5%(按可比口径，同比增长12.4%)；实现旅游收入1007亿元，比2008年"十一"黄金周增长26.4%（按可比口径，同比增长10.6%)；旅游者人均支出441元。据商务部监测，10月1日至7日，全国实现社会消费品零售总额约3000亿元，比上年同期增长14.5%。同时，随着体验方式的不断增加，人们的生活也不断地多元化。从中也不难看出，在中国，体验经济已经成为一种必然的发展趋势，它具有无限的发展潜力。

在体验经济时代，顾客每一次购买的产品或服务在本质上不再仅仅是实实在在的商品或服务，而是一种感觉，一种情绪上、体力上、智力上甚至精神上的体验。

> 有一位以色列企业家开了一家"真假咖啡店"，在这家咖啡店里，虽然服务生送来的杯子、盘子里空无一物，但是每位顾客要付三美元，周末六美元。其经理卡斯比表示，消费者到咖啡店是来认识朋友、体验社交生活，而不是为咖啡而来。

在拉斯维加斯，任何18岁以上拥有合法驾驶执照的人，只要支付10美元，就可以体验凯迪拉克"钻石切割"最新款汽车在越野车赛道上疯狂飙车的感觉。通用汽车希望通过这一方式笼络消费者，期盼"在很长一段时间内，拉斯维加斯能够成为全世界凯迪拉克的中心"。

在英特尔公司总裁Andrew Grove的眼中，强大的电脑芯片并不能代表英特尔追求的目标。他曾经说过："我们需要比简单地制造和销售个人电脑（商品）更为深入的方式来审视我们的业务，我们的业务是信息（服务）的传递以及与生活现实一致的相互作用的体验。"

在体验经济中，消费者不单单是为了产品，更多的是购买一种生活的体验，企业也不仅仅是提供商品，更重要的是提供一种让客户身在其中的体验，同样充满了感性的力量，给顾客留下难忘的愉悦记忆。"体验"这个概念最重要的意义在于，它是满足消费者心理满足感，而感性消费就是消费者对此的最大的满足，因此"体验"可以说是一种感性消费模式。

正是因为体验经济的这种感性消费模式，使得广告的作用更加凸显。广告作为一种给消费者提供信息的重要方式，不但可以让消费者掌握相关产品的信息，还可以赋予某种传统产品和服务一种新的概念，从而引领一种新的消费观念，倡导一种新的生活方式，让消费者接受新事物，尝试新体验。

利用名人效应做宣传是现在广告宣传中经常采用的一种方法。这一策略的目的也是通过明星的公众效应引领大家去体验一下明星的感觉。明星都用了该产品，大家也可以像明星一样生活。此时，大家购买的不单单是物化的消费，更多的是追求与代言人一样的体验。

“百年润发”的广告可谓深入人心，除了周润发的明星效应以外，更重要的是他给大家提供了一个美好的愿景。大家看到广告之后必然产生无限的遐想，自己也要使用百年润发洗发水，同周润发一样“体验”一下长长久久的甜蜜爱情。

体验可以分为四种——娱乐的体验、教育的体验、逃避现实的体验和审美的体验。

娱乐当然是吸引客户的良好方式。在很多大商场的大厅，经常可以看到很多娱乐表演节目，每隔一段时间，逛商场的人员就可以欣赏5~10分钟的表演。尽管这段欣赏节目的时间占用了一部分购物时间，但就购物花费来看却比没有设置该项目的商场要高。

与娱乐型体验不同，教育型体验要求观众有更高的主动性，目的是增进个人的知识或技能。还有逃避现实的体验，观众完全沉浸其中，积极参与整个体验的塑造过程。

逃离现实的体验，可能比娱乐和教育的体验更加令人沉迷。事实上，它们与纯娱乐体验截然相反，逃离者完全沉溺在里面，同时也是更加积极的参与者。

典型的逃避体验所要求的环境包括主题公园、赌场、虚拟现实的耳机、聊天室，甚至是在森林里玩的彩球游戏。和终日懒散在家的人的消极角色不同，逃离者是参与其中的演员，能够影响到现实的行为。

例如，提高一部电影内在的娱乐价值，不但可以通过增大放映屏幕、调高声音、使坐椅更舒适、使包间更豪华等手段实现，而且还可以通过让观众切身地参与到这个令人激动的活动中来实现。

审美体验则可以从游览名山大川或在国家大剧院看演出之类的活动中产生。通常，让人感觉最丰富的体验，是同时涵盖四个方面，即处于四个方面的交叉的“甜蜜地带”（sweet spot）的体验。到迪士尼乐园、欢乐谷游玩，都属于最丰富的体验。



为什么看上去很美，却很快就要破裂？——泡沫经济

凡是吹过肥皂泡泡的人都会被它的七彩绚烂所吸引，而孩子们更是乐此不疲。不过，我们也都明白，泡泡越大越圆越光鲜，离破灭往往也就越接近，而且，这种破灭是瞬时完成的。

炒股炒成股东，炒房炒成房东。这是在泡沫破灭后，对投资者的形象描述。泡沫在膨胀的时候，我们几乎做什么都赚钱，股市一天可以有几百只股票上涨，涨停者也特别多。基金销售达到疯狂的境地，即使对基金没有概念的人也愿意去投资买上一些。退休的人纷纷拿出退休金，看到邻居买，自己也忍不住买上几只。大量的资金涌进股市，致使股市一片飘红。金属价格也不断上涨，期货随之上涨。人们纷纷囤积居奇，直到高位抛售。在价格疯狂的背后，是价格与价值的严重脱离。

"上帝欲使其灭亡，必先使其疯狂"。当数只股票已经连续拉上几个涨停的时候，当一只股票的市值已经有几十倍的市盈率的时候，当可以投机的商品价格已经被投机商炒到一个非常高的位置的时候，泡沫破灭的危险已经悄悄降临了。

泡沫经济是虚拟资本过度增长与相关交易持续膨胀，日益脱离实物资本的增长和实业部门的成长，金融证券、地产价格飞涨，投机交易极为活跃的经济现象。泡沫经济寓于金融投机，造成社会经济的虚假繁荣，最后必定泡沫破灭，导致社会震荡，甚至经济崩溃。

说起来，泡沫经济倒还不是一个新鲜事物，早在400年前，西欧就第一次出现了"泡沫经济"，不过它的主体有些特殊，不是现在常见的房地产和股票，而是美丽的郁金香。

当时郁金香从土耳其传入了西欧，聪明的荷兰人很快就栽培出了更具观赏性的变种郁金香。物以稀为贵，这些变种郁金香的价格也随着需求的增加而迅速上涨。在利益的驱动下，鲜艳的花朵成了投机的对象，以至于后来许多与培植郁金香没有什么直接关系的人也参与进来，并且许多人一夜暴富。长此以往，渐渐地现货交易已经难以满足需要，于是期货交易又开始产生。投资者们不分男女老少，个个激情澎湃、满怀期待，希望借助郁金香的华丽让自己成为百万富翁，为此，不知有多少人高息贷款，放手一搏。

然而，情况发生了逆转。1637年2月4日，价格已经严重偏离其实际价值的郁金香一夜之间变得像魔鬼一样恐怖。这一天，希望郁金香出手而获得暴利的人们震惊地发现，郁金香的价格急剧下跌，市场几乎在转眼之间就迅速崩溃。那些欠着高额债务进行买卖的人，突然变得一文不名，许多

人因此而自杀，社会动荡不安。事态的混乱使得荷兰整个国家都陷入了经济危机，郁金香上演了一次著名的“泡沫事件”。

“郁金香事件”之后，人类经济史上的泡沫事件便时有发生。迄今为止，规模最大的一个肥皂泡沫发生在日本，而这要从20世纪80年代后期说起。

在当时，日本这个巨大的经济体曾红极一时。在东京街头，动辄就有人甩出大把钞票，要打车去300公里之外的名古屋，而东京的出租车司机的年收入可以达到1000万日元。当时流行一种“割青麦”的做法，即公司在学生临近毕业时就与之签约，但是还不会让这个学生来公司参加实习，而是将他送到风光旖旎的夏威夷去度假——当然，是以“进修”的名义。公司为什么要这样做？原因只有一个，就是怕人才被其他企业抢走。

但是在这种繁华的背景下面，却隐藏着巨大的经济泡沫。我们知道，现代泡沫经济的主角基本上是房地产和股票，日本也不例外。全球最繁华的商业街之一——东京银座，在1989年泡沫经济的最高峰时，地价曾达到每坪（合3.3平方米）1.2亿日元，而一个东京的地价就相当于整个美国的土地价格。造成这种现象的原因就是在20世纪80年代中期，大量投资者将资金抛向房地产行业，从而使得日本的地价疯狂飙升。自1985年起，东京、大阪、名古屋、京都、横滨和神户六大城市的土地价格以每年两位数的百分比上升，东京在1990年最高峰期的地价竟然是1983年的2.5倍多。“把东京的地皮全部卖掉就可以买下美国”，这样的言论让大部分日本人沾沾自喜。在那个年代，一向务实，对投机、股票没有好感的日本人，竟然有超过一半的国民购买了股票。谁不买股票，谁就是笨蛋，因为一年的投资就会有100%的回报。

在这样的形势下，银行拿出大把金钱来劝人买地，利息几近于零，地价却在不断上涨。如果贷款购买土地，肯定会因土地升值而大赚一笔。除了房地产，老百姓还纷纷把银行存款投入股市。日本股市的市盈率曾高达80倍（当时美国、英国、香港的市盈率仅为25~30倍）。在“地市不倒”和“股市不倒”的神话里，日本举国欢腾。

然而，好景不长，美梦很快就破灭了。日本房产和股票的价格早已远远超过了它的实际价值，人们的买卖已经变成了纯粹的投机和炒作。从1990年市场交易的第一天起，日经股价便迅猛跌入了地狱，其跌势之快令人瞠目结舌，随后，日本股票市场陷入了10多年的熊市。在泡沫经济之前，花5亿日元购买的一套房子到了1990年中期一下子降到了1亿日元，贬值80%。尽管这样，大批的土地和房屋根本卖不出去，竣工的住宅空空如也，没有住户。

日本“泡沫”经济的破灭带来了严重的后遗症，股价、地价大幅下跌，不动产业萧条，股市长期低迷，欠息欠账等不良债务大幅增加，企业对风险产业的投资热情下降。而股价下落直接损害了一般的中小企业以及广大的家庭。当这个人类经济有史以来最大的泡沫破裂后，整整15年，日本都在为之还债：经济萧条、政局动

荡、犯罪率上升。以东京地铁的JR中央线为例，在泡沫破裂后，一度成为破产者自杀的热门地点，为此，东京的地铁不得不都安装屏蔽门加以防范。直到现在，日本经济还处于恢复期中。

除此之外，泡沫经济的案例还有很多。在美国，金融危机之所以严重，正是因为美国信用透支要严重得多，它的金融风暴是先从房地产的次级贷款开始的，也就是允许消费者贷款买房，再用贷款作为抵押进行二次贷款。已经是负债了，负债居然还可以作为资产进行抵押，这样严重的信用透支，早晚有一天会出问题，美国不是不知道这个情况，但是长期以来，美国的信用没有出现任何问题，这种习惯性的错觉，使美国把金融泡沫越吹越大，直到最终破灭。

泡沫经济主要是对虚拟资本过度增长而言的。所谓虚拟资本，是指以有价证券的形式存在，并能给持有者带来一定收入的资本，如企业股票或国家发行的债券等。虚拟资本有相当大的经济泡沫，虚拟资本的过度增长和相关交易持续膨胀，与实际资本脱离得越来越远，形成泡沫经济。

泡沫经济寓于金融投机。正常情况下，资金的运动应当反映实体资本和实业部门的运动状况。只要金融存在，金融投机就必然存在。但如果金融投机交易过度膨胀，同实体资本和实业部门的成长脱离得越来越远，便会造成社会经济的虚假繁荣，形成泡沫经济。

泡沫经济与经济泡沫既有区别又有一定的联系。经济泡沫是市场中普遍存在的一种经济现象。所谓经济泡沫，是指经济成长过程中出现的一些非实体经济因素，如金融证券、债券、地价和金融投机交易等，只要控制在适度的范围内，对活跃市场经济是有利的。只有当经济泡沫过多，过度膨胀，严重脱离实体资本和实业发展需要的时候，才会演变成虚假繁荣的泡沫经济。可见，泡沫经济是个贬义词，而经济泡沫则是个中性词。所以，不能把经济泡沫与泡沫经济简单地画等号，既要承认经济泡沫存在的客观必然性，又要防止经济泡沫过度膨胀演变成泡沫经济。

华而不实，必不长久。古往今来，任何过度繁华的社会往往都潜藏着深刻的危机，泡沫经济同样如此。到了现代社会，房地产泡沫和股票泡沫在经济全球化的背景下，危害更加严重，波及范围更加广泛，迫使各个国家高度重视，大力预防。

揭开生产者的神秘面纱
——生产篇



有收获就有放弃——成本

皮洛士生于亚历山大大帝死后分裂的古希腊，是小国伊庇鲁斯的王子。皮洛士一向沉迷于马其顿国王亚历山大的“伟业”，企图在地中海建立一个大国。

公元前281年，皮洛士率领大批军队进攻罗马。在阿普利亚境内的奥斯库伦城附近与罗马军队激战。在这次战斗中，皮洛士的损失非常惨重。他虽然赢得了胜利，但损失了大批资源。战斗结束后，将士们向他表示祝贺，皮洛士看着硝烟还未散尽的战场，叹息道：“要是再来一次这样的胜利，我也就彻底垮了。”

这就是著名的典故“皮洛士的胜利”，在经济学中引申为成本太高而收益太少。

成本是商品经济的价值范畴，是商品价值的组成部分。人们要进行生产经营活动或达到一定的目的，就必须耗费一定的资源（人力、物力和财力），其所费资源的货币表现及其对象化称为成本。也就是企业把商品提供给市场所支出的全部费用。

随着商品经济的不断发展，成本概念的内涵和外延都处于不断地变化发展之中。它包含以下几方面的含义。

（1）成本是生产和销售一定种类与数量的产品而耗费的资源用货币计量的经济价值。

（2）成本是为了取得物质资源所需付出的经济价值。企业为进行生产经营活动，购置各种生产资料或采购商品而支付的价款和费用，就是购置成本或采购成本。随着生产经营活动的不断进行，购置成本或采购成本就转化为生产成本和销售成本。

（3）成本在本质上是一种价值牺牲。它作为实现一定的目的而付出资源的价值牺牲，可以是多种资源的价值牺牲，也可以是某些方面资源的价值牺牲。它可以用货币单位加以计量。

（4）成本是为达到一种目的而放弃另一种目的所牺牲的经济价值。

举一个简单的例子，阿明准备开一家杂货店，在计算成本的时候，她可能会考虑到店面的房租、进货的费用、借款的利息、付给雇员的工资、水电费、税金等。在扣除这些费用之后，她认为自己还会赚到钱。但是，需要提醒她的是，这样的计

算是不完全的：她漏掉了自己的工资、自己垫付资金的利息，以及开杂货店的机会成本等。只有把这些成本也考虑在内，才能决定开杂货店是否合适。

在企业生产经营活动中，成本是企业为购买投入的生产要素而支付的货币量。可从不同的角度对成本进行划分。

（1）按其短期内是否随产量的变动而变动，分为固定成本和变动成本。固定成本是指短期内不随企业产量的变动而变动的成本。它是指由固定的生产要素，即不易调整的、使用期限较长的要素（如机器设备、土地、建筑物和常备人员等）所引起的费用。变动成本，又称“可变成本”，是指短期内随企业产量变动而变动的成本，如原材料、燃料成本及一部分工资支出等。固定成本与变动成本之和称为“总成本”。总成本是生产一定量产品的全部支出，它随产量的增加而增加。但在不同产量水平上，其增加的速度是不一样的。当生产规模小于最佳生产规模时，总成本的增加速度慢于产量的增加速度；当生产规模已达到最佳规模时，总成本的增加速度比产量的增加速度快。

（2）按其是以平均量计算还是以增量计算，分为平均成本和边际成本。平均成本是平均每单位产量的成本。平均总成本是每单位产量的总成本。平均固定成本是每单位产量所包含的固定成本。平均变动成本又称“平均可变成本”，是每单位产量所包含的变动成本。边际成本又称“增量成本”，是指新增加一个单位的产量所引起的成本增加量，即企业每增加一单位产量所支付的追加成本。

（3）按是否实际支出，分为显性成本和隐性成本。显性成本是企业会计账目中实际支出的成本，如工资成本、原材料成本等。在显性成本中有一种沉淀成本（又称“沉没成本”、“滞留成本”），是指一经支出，就不能再加以调整或改变的成本，如企业用于某种专用设备的支出。这种专用设备只能用于一种用途，而不能再转做其他用途，亦不能出售或出租。隐性成本是指在企业会计账目中没有实际支出的成本，如机会成本。机会成本是指将一种资源用于某种用途，而未用于其他更有利的用途所放弃的最大预期收益。

（4）按企业决策方案变动时某项成本支出是否会发生，分为可避免成本和不可避免成本。可避免成本是指决策方案改变或者有几种方案可供选择时，某些可免于发生的成本。比如，企业在选择零部件传送方法的方案时，若选择自动流水线方案，则人工搬运的成本就是该流水线方案的可避免成本；若选择人工搬运方案，则自动流水线的成本就是该人工搬运方案的可避免成本。不可避免成本是指无论企业的决策方案是否改变，或者无论选择哪一种方案都将发生的成本，即在任何情况下都需支付的成本。比如，无论是人工搬运还是自动流水线传送，都需要占用厂房，厂房的折旧费对任何方案来说都会发生，所以是不可避免成本。

（5）按考察的时间，分为短期成本和长期成本。短期成本是指企业在短期内的成本。在短期内，企业的成本包括两部分：一部分是随企业产量变动而变动的变动

成本，另一部分是不随企业产量变动而变动的固定成本。长期成本是指企业在长期中的成本。在长期，企业的固定成本也可以发生变动，企业可以调整和改变各种投入要素而降低成本。因此，在长期不存在固定成本和变动成本的区分。

（6）按企业生产对社会环境的影响，分为社会成本和私人成本。社会成本是指整个社会因企业生产而需承担的成本。私人成本是指企业生产中其自身所承担的成本。社会成本包含私人成本。

沃尔玛的年销售额连续三年在福布斯排名榜首，相对于汽车制造、IT、高科技电子等高利润行业，它是一个利润率极低的零售商，能连续三年位居第一，堪称奇迹。沃尔玛之所以能够迅速增长，并且成为世界500强之首，与其在节省成本以及物流运送、配送系统方面的成就是分不开的。



规模决定了效益——规模经济

一个老太太一天可以做两双老虎头布鞋，每双卖15元，那么老太太一天可以卖得30元。如果我们把老太太们组织起来，每人只负责一道工序，有的人负责捺鞋底，有的人负责绣花，有的人负责裁剪，有的人负责缝制，这样一天下来4个老太太却可以做12双老虎头布鞋。每个人平均每天生产了3双老虎头布鞋，生产效率提高了。4个老太太凑到一起，就能够每个人多加工一双布鞋，那么她们的收入也就随之增加了。

我们看到随着生产规模的变化，企业的规模报酬也在发生变化。那么，使得规模报酬发生变化的原因是什么呢？在经济学中，将这个原因称作“规模经济”，是指由于产出水平的扩大或者生产规模的扩大而引起产品平均成本的降低。

一个企业当然希望随着生产规模的扩大，生产会出现规模报酬递增的情况，因为这往往意味着“规模经济”的实现。在实际生产中，我们也看到大部分企业都在力争扩大生产规模。那么，规模扩大后为什么能出现规模报酬递增呢？原因主要有以下两个方面。

第一，大规模生产有助于更好地实现“专业化分工协作”。大诗人李白小时候见到一个老婆婆在磨一根铁杵，“只要工夫深，能磨绣花针”，由此深受激励，奋发读书。作为一个励志故事，老婆婆的行为很有教育意义。但是从企业生产的角度来看，则效率太过低下。18世纪的经济学之父亚当·斯密在《国富论》中已经以大头针行业为例说明了这个问题。一个受过专业训练的人，一天下来也只能做一枚大头针，但是如果将生产划分为18道工序，每人只承担一道工序，平均算下来，大头针的人均日产量竟然可以达到4800枚。这已经很形象地说明了规模经济的显著。

> 第二，除去生产协作的因素外，某些生产要素自身的特性也需要规模经济。某些大型设备与小型设备相比，每单位产出的制造费用和维修费通常就要低。比如国际上的输油管道，如果将其直径扩大一倍，其周长也相应地扩大一倍，但由简单的面积计算公式可知，油管的截面积增大将超过一倍，即其运输能力的增加也将超过一倍。这就是规模经济，每单位原油的运输成本将随之降低。另外，像电脑管理、流水作业这样的先进工艺和技术，只能在产量达到一定水平时才能够采用规模经济。比如汽车制造，实施流水线作业时，其成本优势十分明显。一般计算表明，一家汽车制造厂的年产量如果大于30万辆，则其生产成本将会比小规模生产大大降低。在20世纪纪初，美国的福特汽车公司率先应用了大批量生产工艺，从而大大降低了成本，成为汽车工业的领军人物。

这就是规模经济的效果，经济学上规模经济的定义是由于生产规模的扩大，各生产要素协同效应的发挥，从而带来产品平均成本的降低。规模经济也可以称作生产的规模报酬递增规律，描述为产量增加比例大于生产要素增加比例。规模经济，顾名思义，当生产具有一定规模后，生产效率就会提高。但事实上真的完全如此吗?中国很久以前就有个寓言故事，一个和尚挑水喝，两个和尚抬水喝，三个和尚没水喝。为什么人越多，效率反而越低呢？我们再接着看前文提到的老太太缝布鞋的例子。

生产者看到人多可以提高效率，于是就想更多地生产，所以准备再增加人手，如果我们再继续增加，增加到6个人，那么其中就有两个人需要给某道工序帮忙，比如缝制，由于一个人正好可以胜任，因此另外一个人就是白白耗费的劳动力，而且可能会出现这种情况：每个工序的老太太都需要另外一个帮手来减少自己的工作压力，于是彼此之间会产生矛盾，互相扯皮，从而影响了工作效率，原来一双布鞋一个小时就制成了，现在却需要两个小时，结果一天下来，只生产了6双。而老太太却有6个人，平均每个人生产了一双，还不如一个老太太单独干的效率高，单独干的时候每个人可以生产2双。在经济学上这种现象叫做规模不经济，与规模经济相对，是指由于生产规模的扩大，在管理上和体制上存在着不协调因素而无法发挥各生产要素的作用，从而引起产品平均成本的下降。规模不经济也可以称作规模报酬递减，即产量增加的比例低于生产要素增加的比例。

如果规模过大，会使管理层级过多，体制内的摩擦增加，内耗严重。从而降低工作效率。两个和尚抬水喝是工作效率最佳的阶段，当出现三个和尚的时候，必定有一个劳动力是浪费的，但产出还是一桶水，这倒在其次，关键是三个人每个人都希望自己是效用最大化的，用小投入获得高效用，这样的话就会在责权不明确的情况下，使生产效率降到最低，出现一桶水也没有的情况。

可见生产规模并不是越大越好，很多企业就是因为盲目上项目扩大生产规模而

最终倒闭了。但生产规模太小也不好，专业化分工必定可以带来高效率。所以企业应该量力而行，把生产规模控制在可以充分调动企业内一切生产要素的范围内。

规模经济在生活中的应用也很广泛，比如流行的谚语“众人拾柴火焰高”、“三个臭皮匠顶个诸葛亮”、“团结就是力量”等，在现实生活中，要善于借助别人的优势来完成自己想做的事，所谓“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮”说的就是这个道理。很多事情只有团队去操作的时候才会完成得更加出色。尤其是现代的信息化时代，更需要团队精神，如果只注重个人英雄主义，在这个时代是跟不上发展步伐的。但团队一定要协调，不能出现内耗，在一个团队内，要彼此帮助共同进步，把劲往一起使，如果各自往相反的方向使力气，那就是在做无用功，出现规模不经济的现象。



已经付出就不必收回——沉没成本

在经济学中，“沉没成本”的概念是指已经付出且不可收回的成本。生活中，人们在决定是否去做一件事情的时候，不仅要看这件事对自己有没有好处，而且也要看过去是不是已经在这件事情上有过投入。我们把这些已经发生且不可收回的支出，如时间、金钱、精力等称为沉没成本。

举例来说，如果你预订了一张电影票，已经付了票款且假设不能退票。此时你付的价钱已经不能收回，就算你不看电影钱也收不回来，电影票的价钱算做你的沉没成本。这场电影可能有两个结果：一是你付钱后发觉电影不好看，但忍受着看完；二是你付钱后发觉电影不好看，退场去做别的事情。

在两种情况下你都已经付钱，所以应该不考虑这件事情。如果你后悔买票了，那么你当前的决定应该是基于你是否想继续看这部电影，而不是你为这部电影付了多少钱。此时的决定不应该考虑到买票的事，而应该以看免费电影的心态来做判断。经济学家们往往建议选择后者，这样你只是花了点冤枉钱，而如果选择前者你还要继续受冤枉罪。

可是在生活中，往往有些人却不是这么理性，他们总是为已经付出的成本斤斤计较，就像上了一艘错误的船一样，明知是错的，却还硬着头皮走下去，不肯悔改。“拿得起就要放得下”，往往成为一句空谈。如果放不下已经沉没的成本，迟迟走不上正确的道路，那么迟早会被已经沉没的过去拖垮。勇敢的人敢于向过去告别，不管是不堪回首的错误，还是曾经的辉煌，只有勇敢地放下沉没的过去，你才能开创新的局面。

疯狂英语的创始人李阳可谓是家喻户晓，几乎成为了英语学习的代名词。看到他如今事业蓬勃发展，个人魅力与日俱增，谁会想得到小时候他是一个性格特别内

向、连打酱油都胆怯的孩子呢？他并不是天生就会一口纯正流利的英语的，而是靠后天的努力才成为了业界的翘楚。

他上高中时学习成绩并不理想，甚至有过退学的念头，上了大学之后，他在大一、大二也多次补考英语。面对这种情况，很多人都会选择放弃，因为他会觉得自己就是不行——以前一直都不好，以后怎么会学好呢？这些人总是会怀疑自己，认为以前不行，以后肯定也不行，永远也走不出自己过去的阴影。

可是李阳没有为过去的不理想所牵绊，过去的伤痛反而更成了他前进的动力。他并没有把自己当成一个英语很弱的人，他从来只向前看，把自己的努力放在每天的疯狂练习中，并且坚信通过自己的不懈努力，一定能够搬开这座“山”。功夫不负有心人，在大一、大二英语还是弱科的他，大四的时候已经开始出入各种场合做起翻译了。实现这种飞跃，他自身的努力自然是最关键的因素，但是如果他没有彻底抛开过去的失意，那么他的成功也许会是永远到不了的“下一站”。

李阳曾说他的家庭教育是打击式的，家长总是说他这不行那不行，这无疑会给小孩子的自信心造成很大的影响。然而他没有在这些压力和怀疑中沉沦、自暴自弃，而是勇敢地走出了阴影，去追逐自己的理想。当多年以后他成为了社会名流，与当年判若两人的时候，他的父母看到他的表现都会很惊讶地说：“那真的是李阳吗？”

昨天的你和今天的你可以判若两人，“士别三日当刮目相看”，这个例子不正说明了不拘泥于历史和惯性的人定会大有作为吗？几经失败也好，备受怀疑也罢，只要认定了自己的方向，就不要为既往的失败与怀疑而伤悲甚至消沉，只有勇于冲出束缚的人才能大有作为。

我们都要由昨天走到今天，再由今天走向明天。很多时候，我们站在今天，却总是对昨天念念不忘，并不是说昨天与自己无关，而是在很多时候，为了使自己能够生活得更好，不要总是对昨天念念不忘，不管昨天你是成功的还是失败的，都已成为过去式，虽然它会对你的今天和明天有所影响，但已不能成为最终的决定因素。所以要尝试着忘记昨天，别为昨天而哭泣。昨天已成为沉没的过去，请勇敢走出来，开创新的局面。

走出过去的阴影并不容易，但走出过去成功的光环更难。谁都不愿意放弃已经取得的成就，去未知的世界里冒风险。可是有些勇敢的人这样做了，而且他们获得了更大的成就。

比尔·盖茨是众所周知的商业奇迹的缔造者，是一个数字英雄，是年轻人心目中的偶像，更是一个懂得选择方向的人。他一生中所做的最重要的选择莫过于退学：刚刚二十岁的比尔·盖茨就对计算机十分感兴趣，他深信，总有一天计算机会像电视一样走入千家万户。他坚定的信念，不但打动了自己，还打动了伙伴，打动了父母，获得了事业上和精神上最宝贵的支持。哈佛大学是多少人梦寐以求的学府啊！而考上哈佛大学的比尔·盖茨却在大三时，毅然决然地选择了离开，去闯出一番属于自

己的天地。这不是一般人能够拥有决心和勇气，也只有下这样的决心和勇气，才有可能成为非凡的人物！试想一下，假如比尔·盖茨依然在哈佛深造，学习课本上千篇一律的东西，也许就不会有我们今天所熟悉的Windows系统，也不会有商界的微软奇迹了。

比尔·盖茨曾经说过这样一句激动人心的话："人生是一场大火，我们每个人唯一可做的，就是从这场大火中多抢救一点东西出来。"本着这种人生短暂如花火的信念，他及时地决定了所要放弃的东西和所要选择的东西，不仅改变了自己一生的轨迹，也改变了世界。

世界上能有几个人有这样睿智的思维呢？人的欲望是无穷无尽的。在过去所取得成果之上，很少会有人愿意放弃那些曾经拥有的鲜花和掌声，以及那些曾经拥有的名誉和地位。

著名主持人曾子墨出生于高级知识分子家庭，从人大附小、附中一直读到人大。她不是最用功的，却一直是成绩最好的学生。1992年赴美留学，1996年以最高荣誉毕业于美国新罕布什尔州的达特茅斯大学（常春藤盟校之一）。毕业后加入国际著名投资银行摩根斯坦利，先后在纽约总部及香港分公司参与完成超过700亿美元的企业收购及公司上市项目。2001年年底加入凤凰卫视担任财经节目主持人，目前主持的栏目包括《财经点对点》、《财经今日谈》和《凤凰正点播报》，成为最受欢迎的财经节目主持人之一。

在摩根斯坦利的日子，曾子墨与另外几个美国同事做了一整年的BP（英国石油）和美国AMOCO（阿莫科）石油公司的合并项目，让她倍觉满足和成就感。在纽约拼了两年后，她决定到摩根斯坦利的香港分公司继续工作。此时，正值凤凰卫视准备在香港上市，摩根斯坦利与其他很多大的投资公司都在与"凤凰"接触，希望争取到这个项目。于是，为了摆脱千篇一律的生活方式，自愿来到香港分公司的曾子墨开始对凤凰卫视有了初步的了解和认识。此时，她对让自己身心俱疲的工作也有了重新的思考，希望有个新的开始，可是，这个新起点在哪里呢？

曾子墨给自己放了足足四个月的假，背上小小的行囊，只身到西藏去旅游。某一天，她与曾经打过交道的一位凤凰卫视高层领导通电话时聊及自己的人生经历和感悟，突然想起自己是否可以加盟"凤凰"，做她心仪已久的媒体工作。于是，三个月后，她作为凤凰卫视的财经主播，把自己的专业和兴趣完美地结合在了一起。

如果没有放弃辉煌的过去，曾子墨也不会拥有更美好的未来。人的一生，面临的选择很多，可走的路也很多，略微迟疑、犹豫不决、踟蹰不前，都会导致我们远远地落后于生命的轨迹，所以我们必须要看清方向，认准方向，方向找对了，就是一个成功的开始，而好的开始就是成功的一半。如果你放不下过去，无疑就是拒绝了新的成功。

聪明者敢于放弃，精明者乐于放弃，高明者善于放弃。勇敢地对已经沉没的成

本说再见，迎接你的将是新的天空。



为什么缺一个人包不好饺子？——分工协作

过春节吃顿年夜饺子，是每个中国人都熟悉的事。大年三十，一家人围坐在一起，一边包饺子，一边话家常，欢歌笑语，其乐融融。但是今年，家明的姐姐出嫁了，在家过年的成员少了一个，连包饺子都变成了一件麻烦事。原来，四口之家自然形成分工：爸爸和面，家明拌馅，家明的姐姐擀皮，妈妈负责包。由于分工明确，他们家包饺子的效率非常高。往往是晚上一两个小时之内，就包好了三五天吃的饺子。然后收拾停当，围坐在电视机旁看春节晚会。当新春的钟声敲响时，大家吃着热腾腾的饺子，庆祝新年的到来。

为什么缺一个人就包不好饺子呢？原来，在简单的包饺子行为里，蕴涵着“分工协作”这一经济理论。这个理论是亚当·斯密的不朽思想结晶。

说到“经济学之父”亚当·斯密，他有两个最为著名的发现：一是所谓的“看不见的手”；二是所谓的绝对成本论。“看不见的手”强调市场的力量，实行市场经济的国家无需政府过多操心，诸如生产、交换、流通这些看起来很复杂的问题会由市场自动调节。“看不见的手”强调在一个国家内部政府不要对经济活动进行干涉；绝对成本论认为在国际贸易活动中政府也不应当干涉，即提倡自由贸易。自由贸易可使贸易双方的福利增加。但这里有个前提，即必须发挥自己的优势，每个国家只有生产自己最具优势的产品并参与国际贸易活动，双方才能获利。至今，许多国家还把绝对成本论作为制定外贸政策的依据。

亚当·斯密的绝对成本论实际上是从推导中得出的。亚当·斯密认为分工可以提高劳动生产率。分工能够提高劳动生产率有三个原因：①分工使劳动专门化，提高了工人的熟练程度；②分工可以省却工人从一种工作转换到另一种工作的时间，免除因转换工序或工作而造成的损失；③分工可以使工人因专门从事某项操作而更容易地改进工具和发明机器，从而使一个人能够完成原来由许多人才能做的工作。

亚当·斯密以制针业为例进行说明。针的制造共有18道工序，在没有分工的情况下，一名工人每天最多可以制造20枚，但有时可能一枚也造不出来。如果实行分工生产，则一个工人一天可以制造4800枚，劳动生产率可以提高240倍。分工的原则是，人们各自集中生产具有优势的产品，然后用自己的产品交换其所需要的产品，这样就可以大大提高劳动生产率，增加各自的福利。

一个人是这样，一个工厂是这样，一个地区是这样，一个国家同样是这样。当分工越出国界时，分工就成了国际分工。亚当·斯密就是从这种简单的推导中得出了

他那伟大的绝对成本论。该理论与“看不见的手”共同奠定了亚当•斯密作为伟大经济学家的地位。而这两大理论可以说是市场经济的最基本的理论。

回头看家明家的大年三十包饺子的问题，我们发现，这就是充分利用了分工协作的优势。

包饺子现象说明了我们经常忽视的几个问题：伟大的经济理论看起来再平实不过；有时我们会不自觉地运用经济法则做事；分工协作是人类目前所能探索出来的最好的合作方式。无论人与人相处、单位与单位相处、地区与地区相处，还是国家与国家相处，这都是最基本的原则。



哥伦布契约背后隐藏着什么？——成本—效益分析

1492年，发生了什么事呢？没错，哥伦布发现美洲大陆！哥伦布的环球之行来之不易。此前，他只是一个默默无闻的水手，出身卑微，只不过有着当航海家的豪情壮志，还有着一个“白日梦”——当时葡萄牙正试图绕过非洲去印度，但哥伦布认为不必绕过非洲，只要一直向西航行便可到达印度。

为此，从1484年开始，哥伦布就向西班牙国王提出这个建议，到1492年，由于西班牙王后的大力支持，西班牙国王才同意这一计划付诸实施，哥伦布花了8年的时间来做“公关”。1492年8月，已经41岁的哥伦布带领120人分乘3只小船离开西班牙，开始向西环球航行。

1492年10月12日，经过30多天的航行，他们终于登上了北美巴哈马群岛中的圣萨尔瓦多岛。哥伦布成为西方第一个发现美洲新大陆的人。

其实，哥伦布并不是无私地做这样的“壮举”，8年的公关努力，在成功的那一刻，哥伦布为这一行动开出了“天价”：他与西班牙国王订立了一份契约。该契约的内容是：国王对哥伦布发现的新大陆拥有宗主权；哥伦布被封为贵族暨大西洋海军元帅，被准许担任未来所发现的岛屿和陆地的总督，而且这些头衔都是世袭；新发现土地上产品的10%归他所有；他也能参与新土地上所有的商业活动，投资和利润占总额的1/8；而他对前往新大陆经商的船只可以征收10%的税，对自己运往西班牙的货物则实行免税。

哥伦布这一行动可以说是一本万利！

成本是指为了达到某一种特定目的而耗用或放弃的资源，效益就是在做某一件事或生产某一产品的过程中扣除成本之后的收益。经济学中非常流行成本—效益分析法，也就是分析某个经济过程的付出与收获，加以对比看是否获利，并探究进一步提高收益的办法，如降低成本等途径。

哥伦布契约就是成本—效益分析的典型例子。哥伦布虽然“浪费”了8年的时间成本及其他所有成本，但他的收益远远大于他付出的成本，可以说是一本万利。在市场经济时代，任何经济行为的开展都必须符合这一原则。

生活中也处处离不开成本—效益分析。我们做人、做事的过程也是一个经济投入与产出的过程，如果你不费吹灰之力就能搞定一件事情，那么你就是成本很低、效益很高的能手；如果你费了半天工夫却一无所获，那么无异于做亏本生意，成本—效益分析的结果就很差。做人低成本，收获大成功；做事低成本，收获新机遇。这个世界上处处都有低成本、高效益的事情，就看你是否能够开动脑筋让自己事半功倍，轻松获得成功！



为什么“三个和尚没水吃”？——边际收益递减规律

一个和尚挑水吃
两个和尚抬水吃
三个和尚没水吃
……

大家对这个故事可以说是耳熟能详，人们有感于三个和尚的故事不只是因为它有趣，更在于其中蕴含着深远的哲理。从经济学的角度来说，三个和尚的故事印证了一个规律——边际收益递减。

边际收益递减原理通俗的说法是：开始的时候，收益值很高，越到后来，收益值就越少。边际收益递减又称报酬递减，是指在技术水平不变的条件下，增加某种生产要素的投入，当该生产要素的投入数量增加到一定程度以后，每增加一单位该要素所带来的产量增加量是递减的，边际收益递减规律是以技术水平和其他生产要素的投入数量保持不变为前提条件的。此外，只有当可变投入增加到一定程度之后，边际产量才递减。

收益递减是一条极其重要的经济技术规律，适用于一切生产要素的投入选择决策，即任何一种生产要素的投入量，在超过一定临界点之后，单位生产要素的边际收益必然会出现递减的趋势。在既定的固定投入量没有被充分利用时，增加一个可变的投入量，可能会先出现一个边际收益递增的阶段。在可变的投入量增加到一定程度后，边际收益递减规律才会生效。

收益递减思想已经有两百多年的历史。最早是由法国重农主义经济学家杜尔哥于1768年提出的，用来说明在一定条件下对耕地的追加投入与相应的收益变动之间的关系。1777年，英国经济学家詹姆斯·安德森从级差地租理论的角度出发，提出了有条件的相对收益递减思想。19世纪初，英国经济学家马尔萨斯在研究人口论问

题时，提出了绝对收益递减理论。后来李嘉图、威斯特等人又把绝对收益递减理论，纳入地租理论之中并广为传播。1836年，英国经济学家西尼尔为收益递减明确地加上了“农业技术水平不变”的前提条件。1848年约·斯·穆勒在其《政治经济原理》一书中，强调了“生产技术不变”的前提条件。19世纪50年代，德国经济学家屠能把“收益递减”原理从土地扩大到一切生产要素的投入分析中，奠定了“边际生产”理论的主要基础。

到19世纪末20世纪初，经过英国经济学家马歇尔和美国经济学家克拉克等人的努力，原来的“土地收益递减”理论演变为适用于一切生产要素的“收益递减规律”，并引入了边际分析方法和静态分析方法，把“收益递减”概念从农业中长期发展的宏观动态分析，转变为对经营单位短期微观的静态分析，标志着传统的“土地收益递减”理论向现代的“收益递减规律”过渡。

进入20世纪之后，美国经济学家布莱克把对“收益递减”问题的数理分析大大向前推进了一步，明确区分了总产出、追加（边际）产出和平均产出这三个变量，并从成本的角度研究了收益递减规律，描绘了单位产品的边际成本、平均成本和固定成本的曲线，使“收益递减规律”具备了现代形式。

收益递减思想在微观经济学中起着理论基石的作用。譬如，根据收益递减规律，产生出固定成本、可变成本、边际成本U型曲线、总成本、平均成本曲线等概念体系，从而构成了成本理论的基本内容。通过边际成本曲线的分析，说明了供给曲线的来源和根据，描绘出边际收益变动的曲线规律，并相应地得出总产量和平均产量的关系曲线，从而形成了生产阶段理论和厂商均衡理论。另外，根据边际收益递减规律，说明了生产要素需求的决定规律，建立起了科学的资源配置和分配理论。这些重要思想不仅在微观经济分析中具有极其重要的作用，而且在宏观经济政策的制定中，以及在制度经济学、公共选择理论甚至行政管理理论、政治学研究中，也都具有重要的借鉴价值。



微观经济学的重要组成——厂商理论

真正研究厂商理论并做出重要贡献的是意大利经济学家斯拉法、英国经济学家琼·罗宾逊夫人、美国经济学家张伯伦。斯拉法于1926年出版《竞争条件下的收益规律》一书是该理论产生的标志，该书对厂商理论的建立有着重要的作用。罗宾逊夫人1933年出版的《不完全竞争经济学》、张伯伦1933年出版的《垄断竞争理论》，可以看做是厂商理论最主要的著作。

在经济学说史中，厂商理论的代表作一般以张伯伦的著作为标志。自此以后，在西方经济学中出现了厂商均衡理论，并以此作为对均衡价格理

论的发展，使其得到完善。

“厂商理论”是一种研究厂商行为规律的理论，亦称“市场理论”或“生产理论”。它通过成本—收益分析，说明厂商在不同的市场条件下，其产量和价格如何决定。厂商理论的研究包括四个方面。

(1) 成本理论。厂商为进行生产购买生产要素而支付的代价是厂商的成本。成本按投入是否全部可变而分为长期成本和短期成本，或者按是否随产量变化而分为不变成本和可变成本，并再细分为总成本、总平均成本、边际成本、总不变成本、总可变成本、平均不变成本、平均可变成本等。这些成本可用图形表现为相应的成本曲线。

(2) 市场或厂商的分类。市场是指从事某一特定商品买卖的场所或接触点。厂商为市场生产产品，不同种类的市场决定了厂商的性质和类型。按竞争程度，根据厂商数目、产品差别程度、进入市场的难易程度以及厂商对产量和价格的控制程度，市场或厂商一般可分为四类：完全竞争、垄断、垄断竞争和寡头。

(3) 厂商均衡。以利润最大化为目标，分别分析四种厂商在短期和长期中如何决定价格和产量。分析四种厂商的平均收益曲线、边际收益曲线同需求曲线的关系，从而区别四种厂商均衡的各自特点。并得出结论：完全竞争厂商或市场是经济效率最高的，成本最小、价格最低，各种资源或生产要素的利用达到最优状态。

(4) 非利润最大化的厂商理论。研究厂商不以利润最大化为目标时的厂商理论。例如，H.西蒙提出令人满意原则，认为厂商的目标在不确定和不完全竞争条件下，应该追求利润达到令人满意的水平，而不是最大化。

厂商是市场经济中生产组织的基本单位，它主要是指个体工商户、合伙公司、股份公司等。研究影响资源配置和分配的厂商行为的理论，是微观经济学的组成部分。



商品的价值取决于生产费用——生产费用论

生产费用论是认为商品价值的大小取决于生产费用的一种价值理论。

资产阶级经济学的一种庸俗价值理论认为，价值是由生产费用决定的。它最初源于亚当•斯密价值论中的一种庸俗观点，即认为在土地私有和资本积累时代，商品价值不再由生产者所独有，而是分解为工资、利润和地租等三种收入，于是商品价值也就由这三种收入所构成，这三种收入也是商品的生产费用，它决定商品价值。

萨伊和马尔萨斯把斯密的上述庸俗观点分离出来，明确提出生产费用价值论，但两人的说法又有所不同。萨伊认为劳动、资本、土地这三种生产要素在生产中各

自提供了“生产性服务”，分别创造了相应的工资、利息、地租三种收入，作为自身耗费的补偿，这些收入构成生产费用，它决定了商品的价值。马尔萨斯认为，商品价值由购得的劳动量决定，购得的劳动量等于生产商品所耗费的劳动量加预付资本的利润，即生产费用。

西尼尔则把生产费用归结为“劳动和节欲”。劳动的报酬是工资，节欲的报酬是利润，工资加利润构成生产费用，决定商品价值；价值是由工资和利润即生产费用决定的；工资是对劳动的报酬，而利润是对资本家“节欲”的报酬。

以上各种说法都把利润包括在生产费用之内，表明这种理论含有明显地为资本的剥削收入辩解的意图，也有的生产费用论者对此持不同观点。

托伦斯认为生产费用只应指资本支出，而不包含利润。但他把利润归结为流通领域的产物，认为是消费者高于价值（生产费用）支付的结果，这是一种“让渡利润”的观点。

约翰·穆勒则认为生产费用等于工资，而商品价值除工资以外，还应加上平均利润，而利润又被看做是资本家“节欲”的报酬。他的价值论是生产费用加平均利润决定价值论，而就其实际内容来说，仍不外乎是以三种收入来决定价值。

各种生产费用论的共同缺点和错误在于以价值来说明价值的循环论证。各种收入不过是对已经创造出来的价值的分割，而不是价值的创造，收入多少不决定价值，收入的来源及水平反而应以价值的源泉和大小来说明。

是科学，更是艺术

——管理篇



小企业的生存之道——蜥蜴哲学

美国通用公司总裁杰克·韦尔奇说：这个世界是属于弱者的，因为弱者最懂得适应。

在经济学中，有一种“蜥蜴”哲学：在多变的经济环境中，为什么小企业的营利点要比大企业高，原因就在于小企业更具有适应性，它可以随时调整自己的产业结构。这就是小企业的蜥蜴化生存之道。

蜥蜴太弱小了，几乎比它大的动物都是它的天敌。但它却在地球上生存了上万年。蜥蜴的生存之道无非是两个字：适应。蜥蜴可以随环境不断地变换自己的肤色，在黄土地上，它的颜色是黄褐色的，在草丛中，它的颜色则是绿色的。蜥蜴常常因变色而逃过一次又一次的劫难。

如果把经济学上的道理推及到生活，我们仍然能够从中体味出：人生有时候也需要掌握一点蜥蜴的生存哲学。

强者总是千方百计维护自己强者的面目，而不甘以弱者的姿态出现。有家企业，一直是市里的明星企业，企业的效益也处在全市的前列。然而，5年前快到年末的时候，企业主却自杀了。

这是一个令人猝不及防的消息，而调查结果更出人意料。企业每到年末都要给职工发放奖金，在全市的工厂中，他的工厂发给职工的奖金每年都是最高的。但那一年，因为财务管理上出现了问题，工厂拿不出一分钱的奖金。在强大的心理压力下，他愚蠢地选择了自杀。

强者的悲哀也许就在这里，他无法像蜥蜴那样更换自己的皮肤。其实，这有什么呢，退一步，妥协一下，毕竟来日方长嘛。

这个世界的生存法则是物竞天择，适者生存，而非强者生存。恐龙虽然高大，但是它却在地球上绝迹了。相对于强者来说，弱者有更多的选择和妥协，因为懂得适应，所以他们就有更多的生存机会。

黑天鹅的存在意味着不可预测的重大稀有事件，它在意料之外，却又改变一切。人类总是过分相信经验，而不知道一只黑天鹅的出现就足以颠覆一切。然而，无论是在对股市的预期，还是政府的决策中，黑天鹅都是无法预测的。“9·11”事件、美国的次级贷危机、我国的雪灾，都是如此。

正是由于黑天鹅事件的无法预测性，我们就必须去适应这些事件的存在，而不

是天真地企图去预测。

我们改变不了环境，因此我们只能适应环境。

我们每个人的应变能力都不尽相同，我们就必须不断地学习，只有掌握了“蜥蜴”变色的能力，才能够让自己在黄土地上颜色是黄褐色的，到草丛中颜色则变成绿色，才能做到“适者生存”。



省下的都是利润——成本控制

在现在的社会中，利润一直是支持企业发展的最大动力，也是企业追求的最终目标，一直以来，如何获取利润是备受关注的话题。对于企业来说，利润就是赖以生存的生命线，企业的每一项举措都是为了增加利润，企业的存在就是为了赢利。

而影响盈利程度的重要因素就是成本费用，获得同样的收益时，如果付出的成本越多，盈利自然就越少。因此成本控制成了现代企业的管理精髓。

所谓成本控制，是指企业根据一定时期预先建立的成本管理目标，由成本控制主体在其职权范围内，在生产耗费发生以前和成本控制过程中，对各种影响成本的因素和条件采取的一系列预防和调节措施，以保证成本管理目标实现的管理行为。

再庞大的企业也是由每台机器、每堆材料加上每名员工组成的，如果每名员工都能爱护机器、节约材料，那么企业必然能走得远；反之，资本再雄厚的企业也经不起长期浪费的消耗。节约成本是一句很宽泛的话，说起来可以很容易，但是真正要做起来就需要每个员工的细心和耐心。创收的功劳常被称赞，而节支的贡献有时候却不为人知。可是，有多少人真正注意到了节约对于企业的意义呢？沃尔玛是世界知名的大企业，可是沃尔玛的成功之道也在于俭省，他们坚信：省下的都是利润。

沃尔玛连续三年蝉联财富500强榜首。沃尔玛的成功，离不开它的严格管理，离不开“俭”。严格控制管理费用，节省成本贯穿在企业经营的每一个环节，比如：

——在公司里，从来没有专门用来复印的纸，用的都是废报告的背面；

——沃尔玛的办公室都十分简陋，而且空间狭小，城市总部的办公室也是如此；

——出差的员工所住的地方，只不过是能够洗澡的普通招待所；

——一旦商场进入销售旺季，从经理到所有管理人员全都到了销售一线，他们担当起搬运工、安装工、营业员和收银员等角色，以节省人力成本。

这样的勤俭措施在沃尔玛不胜枚举。而这种理念的推行者，正是沃尔玛的创始

人山姆，尽管他已经是亿万富翁，但节俭的习惯从未改变。他没有购置过一所豪宅，经常开着自己的旧货车进出小镇，每次理发都只花5美元——当地理发的最低价，外出时经常和别人同住一个房间。

沃尔玛也有“阔气”的时候，那就是兴办公益事业上。山姆•沃尔顿为大学生设立了多项奖学金，而且还向美国的五所大学捐出了数亿美元。

在企业发展战略中，成本控制处于极其重要的地位。如果同类产品的性能、质量相差无几，那么决定产品竞争能力的主要因素则是价格，而决定产品价格高低的主要因素则是成本，因为只有降低了成本，才有可能降低产品的价格。

花钱就像撒盐，沃尔玛真像大厨师一样，掌握了撒盐的度：不浪费、不铺张，严格控制管理费用，将每一分钱都花在需要的地方。勤俭才能持家，同样，也只有勤俭才能经营好企业。沃尔玛正是赢在“吝啬”，赢在勤俭。

在企业经营过程中无处不涉及资源的消耗和费用的支出，作为企业的一名普通员工想为企业节约开支其实很容易。只要每个员工都从小事做起，从节约一张纸做起，集腋成裘，长久下来，因节约成本而增加的利润将是惊人的。工作过程中关注身边那些不起眼的小事，比如随手关灯，随手关掉不用的电器，随手拧上水龙头，随手关掉计算机、打印机、空调、饮水机……举手之劳，却可以体现一个人的文明素质和公德意识，拥有这些文明素质和公德意识的企业是具有发展前途的。

勒纳是一家中型公司的新任部门经理。作为专门为公司各部门服务的后勤部门，勒纳自然没有利润指标的压力。但是，他并不这样想。他发现公司的对外宣传手册，多年的惯例是分春、秋两次印制，每次的数量都不大。宣传手册内容的调整基本都发生在年底。勒纳根据以往的工作经验分析，如果将两次印制合并为一次，单本宣传手册的成本有大幅降低。而且，公司的资料室并未满负荷运营，基本不会增加储存成本。于是勒纳果断地在春季印制了全年的宣传手册，仅此一项，就为公司节约了数千美元。

勒纳还要求本部门的所有员工都要增强成本意识。员工们都被勒纳的精神带动起来，努力寻找进一步控制不必要开支的途径。一年下来成效显著，为公司节约了数十万美元的成本。当年度，公司的营业收入比上一年度并无增长，但利润却增长了20%，而这20%的利润增长，基本是没有利润任务的勒纳的部门所贡献的。老板非常高兴，勒纳被提升为公司副总，部门的所有员工都多拿了奖金。

“节约每一张纸”的口号看似单薄，实则蕴涵深刻的内容，它是企业增加利润的起点。不能小看一只蝴蝶扇动翅膀这个微小的动作，它甚至能引起巨大的自然灾害。因此，简单地从节省每一张纸做起，你的行为或许能带来一个公司的扭亏为盈，当然，你也可能会从中得到回报。在企业发展过程中，成本的发生无处不在，只要用心观察，你的举手之劳改变的将不仅仅是企业的利润。

琼斯是纽约地区一家锅炉厂的采购员。由于企业准备进一步的扩大规模并提高产品质量，以增强市场竞争力，董事会研究决定从俄亥俄州引进一批优良钢材。公司决定派琼斯去和俄亥俄州方面联系并采购这批钢材。

琼斯的同事都很羡慕他能有这次机会，因为公司这次采购的份额很大，只要在账务上“略施小计”，肯定能捞不少的外快。但琼斯对于同事们的“好心”劝说，只是一笑置之。

到了俄亥俄州之后，琼斯并没有直接去找供货商联系，而是先到钢材市场做了一些深入的调查，其间他遇到了几个同行。大家在一起交流之后，琼斯发现自己所要采购的这批钢材的市场价格比供货商开出的价格要低五个百分点。于是琼斯更加深入地对市场做了进一步的分析，很快得到了供货商的价格底线。

琼斯并没有隐瞒这个事实，立即将自己所掌握的信息向公司做了汇报。在接到公司要求琼斯全权负责的通知之后，他开始找供货商进行谈判。由于已经对市场做了调查，琼斯并没有被供货商的花言巧语所迷惑，而是坚持自己的价格。在最后签订合同的时候，供货方对琼斯说了一句话：“作为一个公司的采购员，您真了不起。如果有机会的话，我们愿意聘请您作为我们公司财务部门的经理。”

这件事传开以后，基于琼斯对公司所做出的贡献及对工作认真负责的态度，他很快受到了公司的重用，被任命为财务部门副经理。他以后在职场上发展得也很顺利。

作为采购员，以权谋私是件很容易的事情，从中拿回扣似乎是“合理的”、“正常的”。应该怎么选择，这就要看每个人的价值取向是短暂的意外之财还是长久的能力认可。因此，聪明人是不会被一时的小财小利所蒙蔽的，从长计议才是明智之举。日久见人心，总有一天，你的所作所为会得到认可和回报。

这是一个微利的时代，每一项费用的节约，都无疑为企业增加了利润。这也只是为企业创造利润的一个方面。那么如何在微利的时代创造高利，才是关系到企业生存的根本问题。企业要想更好地发展，更快地适应这个社会，不被社会所淘汰，控制生产成本才是更有效的手段，还是那两个字：节约！所不同的是，这次节约的是成本。

追求利润是企业管理永恒的主题，也是每位员工都要关注并且努力去实现的目标。要实现这个目标，需要每位员工都能从身边的小事做起，以企业利益为重，节约每份资源，节约每项成本，从而达到提高效益，增加利润的目的。



融化理性经济人——情感激励

经济学假设人们都是理性人，前文中我们也提到了这个假设有一定缺陷。对于管理者而言，如果你的员工都是理性人，那么肯定不好办，大家都算计着不肯多干活、不肯多付出，你还怎么管理团队呢？所以，管理者们要想办法融化这些理性人，让他们抛开理性的分析与计算，心甘情愿地为企业做贡献。

融化理性人的最好办法就是让员工把企业当成家，让员工切实体会到自己是企业的一分子，体会到企业确实是关心自己的，体会到领导对自己的关怀。企业的温暖像温水一样，员工就会像巧克力糖一样慢慢融化。

欧洲在华最大珠宝零售机构比利时TESIRO通灵珠宝的高敬业度员工和敬业度较好的员工分别占到了20%和65%，远远高于国内企业的敬业度水平。

TESIRO通灵认为，伙伴式管理理念是企业人力资源管理的精髓，这种理念主要强调对员工的尊重，需要站在员工的立场上考虑问题。伙伴式管理也让员工感到自己是企业必不可少的一员，参与到企业的每一件事情中，从“旁观者”变成了“局内人”。

比如，每个季度，公司都会对员工进行一次无记名的调查，调查的内容包括“在你的生日、升迁等重要时刻，是否总能收到管理人员和员工的祝福”、“你的进步与业绩是否受到及时的关注与表扬”、“你与同事间的误解或矛盾是否总能及时被调解”等22条。由人力资源部依据调查结果对现存问题进行评价分析，并做出工作改进措施。这种参与，极大地提高了员工对企业的关注程度，并且能够很好地发现一些高高在上的管理者所不能注意到的潜在问题。

这种关心让员工感到自豪，一个让员工感到自豪的公司，又会让员工不自觉地将自己的利益与公司的利益紧紧联系在一起，在日常的工作行为中，会考虑公司利益与个人利益的平衡，而不会出现时时事事均以私利为出发点的低敬业度状况。这样的员工，才是告别了“理性人”状态的员工，在自己的心中将公司的利益放在了首位。

对于企业来说如此，对于领导来说也是如此。无论是谁，都需要平等和尊重。如果总是以居高临下的态度待人，自然会让人产生疏远感；如果总是以骄傲的姿态待人，也必将招致别人的讨厌。人与人融洽相处的前提是相互尊重，地位不平等也许是不可改变的，但尊重，永远是我们希望从别人那里获取的，也是应该给予别人的。所以，领导者，如果想从平庸走向卓越，一定要把自己的姿态放低，站在下属的角度上，关怀他们，尊重他们，真正做到以智经营，以德服人。

松下幸之助有一次在一家餐厅招待客人，一行六个人都点了牛排。等

六个人都吃完主餐，松下让助理去请烹调牛排的主厨过来，他还特别强调："不要找经理，找主厨。"助理注意到，松下的牛排只吃了一半，心想一会的场面可能会很尴尬。主厨来时很紧张，因为他知道请自己的客人来头很大。"是不是牛排有什么问题?"主厨紧张地问。

"烹调牛排，对你已不成问题。"松下说，"但是我只能吃一半。原因不在于你的厨艺，牛排真的很好吃，你是位非常出色的厨师，但我已80岁了，胃口大不如前。"主厨与其他的五位用餐者困惑得面面相觑，大家过了好一会才明白怎么一回事。"我想当面和你谈，是因为我担心，当你看到只吃了一半的牛排被送回厨房时，心里会难过。"如果你是那位主厨，听到松下先生的如此说明，会有什么感受呢？是不是觉得备受尊重？客人在旁听见松下如此说，便更佩服松下的人格并更喜欢与他做生意了。

时刻真情关怀部属的领导，将完全俘获部属的心，并让部属心甘情愿地为他赴汤蹈火！对别人表示关心和善意，比任何礼物都能产生更好的效果。

上司对下属要多些仁爱。我们说领导要身先士卒，但更多的应该是和员工在一起，大家是平等的，要真正关心他们的成长，为他们争取福利。关怀和奖励的方式有很多种，下属辛苦了，哪怕你说一句"兄弟你辛苦了"，也是一种奖励，这说明你怀有一颗仁爱之心，会让对方感受到心灵的温暖。而如果你的下属在这里工作得很不开心，往往是因为你不够仁爱、你小心眼、一时怕承担责任而让你的下属很难受，说明你不是一个好上司。该为下属解决的问题要及时解决，该为他们分担责任的时候要及时分担。体贴和关怀下属是你们分内的工作，而且你这么做的时候，自己也会感到很快乐。

有一次，松下幸之助出外旅行，但不久就回来了。员工们很纳闷，于是有一个就走上前去追问原因。松下略带失望地说："你们不在，我觉得没意思!"接着，他安排几名员工在工厂中央摆了一个大玻璃箱——里面有一只巨大的短吻鳄!

松下微笑着说："怎么样，这家伙好玩吧?!"在当时，如此巨大的短吻鳄并不容易见到。员工们在惊愕之余，都高叫着说好玩。松下接着说道："我的旅行虽然短暂，但这是我最难忘的记忆！我把它买回来，是希望你们能与我共享快乐!"

老板的这一番举动绝不是逢场作戏，类似的事情经常在公司里发生。松下经常到员工中间去，与他们聊天，了解他们对工作的想法，了解他们生活上的困难，并不时地鼓励他们。他每到一个地方，那个地方就谈笑风生，员工们都很喜欢他，工作起来自然也就特别卖力。

总是板起面孔来教训人的上司，虽然可以得到下属的尊敬，但却得不到他们的爱戴。上司与下属的关系不仅是约束，更要激励。做一个可亲可爱的上司，则团队

的关系会更和谐。正是松下这种与员工苦乐共享的风度，增加了领导者的亲和力，使松下公司的员工们获得了一个融洽快乐的工作环境，而正是这个环境成就了松下公司。对于一个领导者来说，越具有亲和力，就越能够吸引员工，营造出其乐融融的工作氛围。就算员工是再理性的人，也会被领导的关心所融化，一心一意地跟随领导工作。

除了关心之外，管理者还需要给员工树立一个愿景，以激励他们的斗志。这个愿景或者说目标，也能够融化员工的理性人心理，让他们为了更崇高的工作而奋斗。不再斤斤计较个人的得失，而全心全意以团队的胜利为自己的胜利，以团队的利益为自己的利益。这也可以说是“目标激励”的作用。领导者为激励对象描绘出一个美好的愿景，使得后者为之所向往、心动，继而激励他们迎难而上，坚定不移地为之努力奋斗。在目标激励中，领导者一定要让激励对象树立起相应的信念，通过那些“先相信而后再看到”的愿景来带领他们前进。但要特别注意，这个目标最好是领导和下属共同塑造出来的，只有这样员工们才觉得这是自己的目标，才会发挥最大的努力。

第二次世界大战时期，巴顿将军带领其集团军在欧洲作战的时候，曾经发表了如下一段动员报告：“我们已经迫不及待了，早一日收拾掉万恶的德国鬼子，我们就能早一日去收拾那些日本鬼子的老巢。我们如果不抓紧时间，功劳就会全让那些狗娘养的海军陆战队夺去了。是的，我们想早日回家，我们想让这场战争尽快地结束。最快的办法就是干掉那些燃起这个战火的狗杂种们。我们早一日把他们消灭，我们就可以早一日回家，我们回家的捷径就是要通过柏林和东京，把他们全部消灭了，我们才能回家。弟兄们，凯旋回家以后，今天在座的弟兄们都会获得一种值得夸耀的资格。20年以后，你们会很庆幸你们参加了这次世界大战。那个时候你们坐在壁炉边，你们的孙子坐在你们的膝盖上，你们的孙子问你一个问题，他说，爷爷在第二次世界大战的时候您在干什么呀？你们就不用很尴尬地咳嗽一声，啊，很不好意思吞吞吐吐地说，你爷爷我当时正在路易斯安纳铲粪呢。弟兄们，你们可以很骄傲地盯着你们孙子的眼睛，跟他讲，孙子，你爷爷我当年正在跟第三集团军的巴顿一起并肩作战。”

巴顿将军的这段演讲为他的士兵们描绘了一个美好的人生愿景。正是在这种愿景的激励下，巴顿将军和他的战士们才拥有了战斗的勇气和奔向胜利的决心。一个情绪被调动得很高昂的人，怎么可能还是理性人呢？这样就能很好地融化下属的理性人假设，让下属全心全意地跟着领导者一起去奋斗了。

人都是有感情的动物，这虽然与经济学的假设有差别，但却是我们面临的现状。如果每个人都绝对理性，那么领导者会很头疼的，因为根本不会有人多干活。只有通过关心、激励等方式，融化员工的理性人心理，才能够让员工更好地为企业做贡献。



成功的催化剂——企业文化

经济学中研究每一个厂商的生产决策，但是却忽略了一点，那就是组成企业的一个个人，他们需要一种共同的理念才能够结合成一个团体，共同为企业的价值最大化而努力。他们结合起来是一个完整的经济个体，而能够将他们完整地结合起来的，就是企业文化。

企业文化是企业的灵魂，是推动企业发展的不竭动力。它包含着非常丰富的内容，其核心是企业的精神和价值观。这里的价值观不是泛指企业管理中的各种文化现象，而是指企业或企业中的员工在从事商品生产与经营中所持有的价值观念。

如果一个企业没有文化，那么势必如一盘散沙。尽管我们可以把一个公司或者公司里的一个部门看做是一个团队，但实际上并不是每一个公司或者部门都能体现出团队的优势，很多团队在同其他团队的竞争中败下阵来。它们的问题并不在于他们建立了团队，而在于他们的团队不是一个团结的团队，或者说他们的团队没有团队精神，他们的企业没有企业文化。

> 三个和尚在一所破寺院里相遇。
>
> 有人问："这所寺院为什么荒废了？"
>
> "必是和尚不虔，所以菩萨不灵。"甲和尚说。
>
> "必是和尚不勤，所以庙产不修。"乙和尚说。
>
> "必是和尚不敬，所以香客不多。"丙和尚说。
>
> 三人争执不休，最后决定留下来各尽其能，看看谁能最后获得成功。
>
> 于是，甲和尚礼佛念经，乙和尚整理庙务，丙和尚化缘讲经。果然香火渐盛，寺院恢复了往日的壮观。
>
> "都是因为我礼佛念经，所以菩萨显灵。"甲和尚说。
>
> "都是因为我勤加管理，所以寺务周全。"乙和尚说。
>
> "都是因为我劝世奔走，所以香客众多。"丙和尚说。
>
> 三人争执不休、不事正务，渐渐地，寺院里的盛况又消失了。就在三个和尚各奔东西的那一天，他们总算得出一致的结论：这座寺院的荒废，既非和尚不虔，也非和尚不勤，更非和尚不敬，而是和尚不睦。

这里的"不和睦"，其实就是指不互助、不合作。对于企业来说，只有每个人都尽快适应每个同事的不同个性，让自己融入到团队当中，才能够让大家团结起来，共同为企业的未来而努力。如果说企业是船，雇员是船员的话，那么，团队精神则是驶向目的地的动力燃料。在一定程度上，管理者恰恰是点燃燃料的那根火柴。令人遗憾的是，并不是所有的领导者都意识到了这一点。大多数的组织里团队像一团

散沙，他们的船走不动，责任在于管理者薄弱的能力。团结是企业文化的第一张牌，没有团结一致的精神，做什么都是白费。

团结是前提，合作则是更高的要求。佛教创始人释迦牟尼曾问他的弟子："一滴水怎样才能不干涸?"弟子们面面相觑，无法回答。释迦牟尼说："把它放到大海里去。"一个人再完美，也只是一滴水；而一个优秀的团队，就是大海。优秀的个人要放在完美的团队中，才能展示其优秀的才华，一个优秀的职业人，只有得到团队的认可，得到团队伙伴的认可，才是有价值的人。

如果只强调个人的力量，你表现得再完美，也很难创造很高的价值。军队不能够仅靠指挥官冲锋陷阵来获取胜利，对企业来说也是一样，它需要的不是单枪匹马的领导，而是能够以大局为重，懂得与他人合作的员工。有些人精力旺盛，认为没有自己办不到的事。事实上，精力再充沛，个人的能力也是有一个限度的，超过这个限度，就力所不及了。那些具有合作精神的人，往往比"凡事自己来"的人更受欢迎。

有一次，马氏集团招聘管理人员，9名优秀应聘者经过初试，从上千人中脱颖而出，进入了由公司老总亲自把关的复试。

老总看过这9人详细的资料和初试成绩后，相当满意。但此次招聘只能录取3个人。老总给大家出了最后一道题。

老总把这9个人随机分成甲、乙、丙三组，指定甲组的3个人去调查本市婴儿用品市场；乙组的3个人去调查妇女用品市场；丙组的3个人去调查老年人用品市场。

老总解释说："我们录取的人是从事开发市场的，所以，你们必须对市场有敏锐的洞察力。让大家调查这些行业，是想看看大家对一个新行业的适应能力。每个小组的成员务必全力以赴。"临走的时候，老总补充道："为避免大家盲目开展调查，我已经叫秘书准备了一份相关行业的资料，你们走的时候自己到秘书那里去取。"

两天后，9个人都把自己的市场分析报告送到了老总那里。老总看完后，站起身来，走向丙组的3个人，分别与之一一握手，并祝贺道："恭喜三位，你们已经被本公司录取了。"

老总看见大家疑惑的表情，呵呵一笑，说："请大家打开我叫秘书给你们的资料，互相看看。"

原来，每个人得到的资料都不一样，甲组的3个人得到的分别是本市婴儿用品市场过去、现在和将来的分析，其他两组也类似。

老总说："丙组的3个人很聪明，互相借用了对方的资料，补充了自己的分析报告。而甲、乙两组的6个人却分别行事，抛开队友，自己做自己的。我出这样一个题目，其实最主要的目的，是想考察一下大家的团队合

作意识。甲、乙两组失败的原因在于，他们没有合作，忽视了队友的存在。

要知道，团队合作精神才是现代企业成功的保障。”

一个企业就是一个团队，只有团队成员之间的个性与能力互补，才能使团队成员弥补自身的不足，在工作中得到提高与启示。合作不但可以保持信息的沟通顺畅，提高信息的交流质量，而且还可以使人际关系变得和谐，产生感情上的共鸣。现实中，和谐的团队人际关系往往会对团队凝聚力起到极大的推动作用，更容易发挥每个人的优势！不要忽视合作的力量，它会在工作生涯中助你一臂之力。这种合作精神，也正是你成为优秀职业人不可或缺的服务能力。一个人只要能够和其他人友好地合作，那么他的事业就会更加得心应手。单打独斗也许一时能够逞能，但是只有学会与别人合作，才能长久立于不败之地。

团结合作都是人与人之间的工作，只要涉及两个人以上，沟通就成为了新的问题。沟通地好，能够发挥1+1大于2的效果；但是如果沟通失败，那么再大的团队都会不堪一击。在工作之中，不善于与人沟通的人，会让别人觉得无法与之合作；而善于与人沟通的人，一定是善于与人合作的人。既然我们已经成为利益共同体，那么我们就要学会合作，提出建议，构造一个和谐的团队，只有这样才能做到事半功倍。

美国总统西奥多·罗斯福在担任纽约州州长的时候，完成了一项很不寻常的事情。他一方面和政治领袖们保持良好的合作关系，另一方面又进行一些令他们不高兴的改革。他的做法是这样的：

当某一个重要的职位空缺时，他就邀请所有的政治领袖推荐接任人选。“起初，”罗斯福说，“他们也许会提议一个很差劲的党棍，就是那种需要‘照顾’的人。我就告诉他们，任命这样一个人不是好政策，大家也不会赞成的。”

然后，他们又把另一个党棍的名字提供给罗斯福，这一次是个老公务员，他只求一切平安，而少有建树。罗斯福告诉他们，这个人无法达到大众的期望。接着罗斯福又请求他们，看看他们是否能找到一个显然很适合该职位的人选。

他们第三次建议的人选，差不多可以，但还是不太行。

接着，罗斯福谢谢他们，请求他们再试一次，而他们第四次所推荐的人就可以接受了；他们提名了一个罗斯福自己也会挑选的最佳人选。罗斯福对他们的协助表示感激，接着就任命了那个人——他还把这项任命的功劳归之于他们。罗斯福告诉他们，他这样做是为了能使他们感到高兴。

在这方面罗斯福是很成功的，他尽可能地向其他人请教，并尊重他们的忠告，这是学会与人融洽合作的根本。当罗斯福任命一个重要人选时，他让那些政治领袖们觉得，是他们选出了适当的人选，但实际上却完全是罗斯福自己的主意。

只有做好沟通工作，才能保证团队顺利地合作，这样才能创造更多的价值。

对于任何企业来说，企业文化都是必不可少的精神内涵。不管现在的企业文化

多么花哨，强调工作生活平衡也好，强调平等也罢，最核心的企业文化永远是团结与合作，并以沟通为桥梁和保证。只要将这三点精髓应用到现实管理工作中，相信你就会成为一个优秀和成功的管理者！



很小的力量可以引发巨大的变化？——多米诺效应

1849年8月16日，一位名叫多米诺的意大利传教士把这种骨牌带回了米兰。作为最珍贵的礼物，他把骨牌送给了小女儿。多米诺为了让更多的人玩上骨牌，制作了大量的木制骨牌，并发明了各种玩法。不久，木制骨牌就迅速在意大利及整个欧洲传播，骨牌游戏成了欧洲人一项高雅的运动。

后来，人们为了感谢多米诺给他们带来这么好的一项运动，就把这种骨牌游戏命名为“多米诺”。到19世纪，多米诺已经成为世界性的运动。在非奥运项目中，它是知名度最高、参加人数最多、扩展地域最广的体育运动。

从那以后，“多米诺”成为一种流行用语。在一个相互联系的系统中，一个很小的初始能量就有可能产生一连串的连锁反应，人们就把这种反应称为“多米诺骨牌效应”或“多米诺效应”。

多米诺效应告诉我们：一个最小的力量能够引起的或许只是察觉不到的渐变，但是它所引发的却有可能是翻天覆地的变化。

> 楚国有个边境城邑叫卑梁，那里的姑娘和吴国边境城邑的姑娘同在边境上采桑叶，她们在做游戏时，吴国的姑娘不小心踩伤了卑梁的姑娘。卑梁的人带着受伤的姑娘去责备吴国人。吴国人出言不恭，卑梁人十分恼火，杀死那个吴国人走了。吴国人去卑梁报复，把那个卑梁人全家都杀了。
>
> 卑梁的守邑大夫大怒，说：“吴国人怎么敢攻打我的城邑？”
>
> 于是发兵反击吴人，把当地的吴人全都杀死了。
>
> 吴王夷昧听到这件事后很生气，派人领兵入侵楚国的边境城邑。吴国和楚国因此发生了大规模的冲突。吴国的公子光又率领军队在鸡父和楚国人交战，大败楚军，俘获了楚军的主帅潘子臣、小帷子以及陈国的大夫夏啮，又接着攻打郢都，俘虏了楚平王的夫人后班师回国。

从做游戏踩伤脚，一直到两国爆发大规模的战争，直到吴军攻入郢都，中间一系列的演变过程，似乎有一种无形的力量在把事件一步步推入不可收拾的境地。这正是多米诺骨牌效应。

头上掉一根头发，很正常；再掉一根，也不用担心；还掉一根，仍旧不必忧虑……长此以往，一根根头发掉下去，最后秃头出现了。哲学上称这种现象为“秃头论证”。

往一匹健壮的马身上放一根稻草，马毫无反应；再添加一根稻草，马还是丝毫没有感觉；又添加一根……一直往马身上添稻草，当最后一根轻飘飘的稻草放到了马身上后，骏马竟不堪重负地瘫倒在地。这在社会研究学里，被称为“稻草原理”。

第一根头发的脱落，第一根稻草的出现，都只是无足轻重的变化。但是当这种趋势一旦出现，还只是停留在量变的程度时，难以引起人们的重视，只有当它达到某个程度的时候，才会引起外界的注意，但一旦“量变”呈几何级数出现时，灾难性的镜头就不可避免地出现了！

由于变化是渐进的，犹如从很缓的斜坡下来，人们很难察觉其递降的痕迹。对个人或组织来说，“防微杜渐”能让人们及时堵塞漏洞，防止危机的发生。但大部分时候，人们想做到“防微杜渐”并不是一件容易的事，所以必须在隐患刚开始出现时就要做到“亡羊补牢”。知道了什么是多米诺效应，也知道了它的危害，如果能做到“防微杜渐”和“亡羊补牢”，那么即使不能完全防止多米诺效应的发生，也可以把它的影响降到最低。



为什么要及时教导第一个犯错的人？——破窗效应

美国斯坦福大学的心理学家詹巴斗曾做过这样一项试验：

> 他找来两辆一模一样的汽车，一辆停在比较杂乱的街区，一辆停在中产阶级社区。他把停在杂乱街区的那一辆车的车牌摘掉，顶棚打开，结果一天之内就被人偷走了。而摆在中产阶级社区的那一辆过了一个星期也安然无恙。后来，詹巴斗用锤子把这辆车的玻璃敲了个大洞，结果，仅仅过了几个小时，它就不见了。

政治学家威尔逊和犯罪学家凯琳依托这项试验，提出了“破窗理论”。这一理论认为：如果有人打坏了一个建筑物窗户的玻璃，而这扇窗户又未得到及时维修，别人就可能会受到暗示性的纵容去打破更多窗户的玻璃。久而久之，这些破窗户就给人造成一种无序的感觉。那么在这种公众麻木不仁的氛围中，犯罪就会滋生并蔓延。

在日常生活和工作中，经常可以发现这样一些现象：一个人带头摘取商店门口摆放的鲜花，其他人就群起而效仿，将花篮中的鲜花一抢而空；桌上的财物，敞开的大门，可能会使本无贪念的人心生贪念；有的员工在工作中违反程序，还称“××都是这样干的！”或者“上次就是这样做的！”；对于违反公司程序或廉政规定的行为，有关组织没有进行严肃处理，没有引起员工的重视，从而使类似的行为再次发生，甚至多次重复发生；对于工作不讲求成本效益的行为，有关领导不以为然，使下属的浪费行为得不到纠正，反而日趋严重……

“破窗理论”在社会管理和企业管理中给我们的启示是：必须及时修好“第一

个被打碎的玻璃窗户”。中国有句成语叫“防微杜渐”，说的正是这个道理。

纽约市交通警察局长布拉顿受到“破窗理论”的启发，在给《法律与政策》杂志写的一篇文章中谈到：“地铁无序和地铁犯罪在20世纪80年代后期开始蔓延。那些长期逃票的、违反交通规则的、无家可归的、在站台上非法推销的、在墙壁上涂鸦的……所有这些加在一起，使得整个地铁里弥漫着一种无序的空气。我相信，这种无序就是不断上升的抢劫犯罪率的一个关键动因。因为那些偶然性的犯罪，包括一些躁动的青少年，完全把地铁看成是可以为所欲为、无法无天的场所。”

布拉顿采取的措施是号召所有的交警认真推进有关“生活质量”的法律，他以“破窗理论”为师，虽然地铁站的重大刑案不断增加，他却全力打击逃票。结果发现，每七名逃票嫌疑犯中，就有一名是通缉犯；每二十名逃票嫌疑犯中，就有一名携带武器。结果，从抓逃票开始，地铁站的犯罪率竟然开始下降，治安大有好转。

1994年1月，布拉顿被任命为纽约市的警察局局长，正是因为他对“破窗理论”的出色阐释。而布拉顿开始把这一理论推广到纽约的每一条街道、每一个角落。他指出，这些小奸小恶正是暴力犯罪的引爆点。针对这些看来微小，却有象征意义的犯罪行动进行大力整顿，结果带来了很好的效果。

“警察局的最高领导居然要关心街头那些‘毛毛雨’犯罪，这在纽约市是史无前例的，甚至在整个美国也是史无前例的。”马里兰大学政策研究专家沙尔曼感慨地说。

在“破窗理论”的指导下，纽约市的治安大幅好转，甚至成为全美大都会中治安最好的城市之一。人们把这个庞大的都市几十年来从没有过的崭新气象都归功于布拉顿。但由于功高震主，1997年3月，布拉顿被当初任命他的纽约市长朱利安尼请出了警察局。

“破窗理论”在社会治安综合治理以及反腐败中的应用意义是显而易见的，在企业管理中也有重要的借鉴意义。

在日本，有一种被称做“红牌作战”的质量管理活动。

①清理：清楚地区分要与不要的东西，找出需要改善的事、地、物。

②整顿：将不要的东西贴上“红牌”，将需要改善的事、地、物以“红牌”标识。

③清扫：将有油污、不清洁的设备贴上“红牌”，将藏污纳垢的办公室死角贴上“红牌”，将办公室、生产现场不该出现的东西贴上红牌。

④清洁：减少“红牌”的数量。

⑤修养：有人继续增加“红牌”，有人努力减少“红牌”。

“红牌作战”的目的是，借助这一活动，让工作场所得以整齐清洁，塑造舒爽的工作环境，进而养成企业内成员做事有讲究的决心，久而久之成了习惯，大家就会遵守规则，认真工作。

许多人认为，这样做太简单，芝麻小事，没什么意义，而且劳师动众，没有必要。但是，一个企业产品质量是否有保障的一个重要标志，就是生产现场是否整洁。这应该是“破窗理论”比较直观的一个体现。

公司对员工中发生的“小奸小恶”行为，要引起充分的重视，小题大做，加重处罚力度，严肃公司法纪，这样才能防止有人效仿，积重难返。特别是对违犯公司核心理念的行为要严肃查处，绝不姑息养奸。

> 美国有一家以极少炒员工而著称的公司。一天，资深熟手车工杰瑞为了赶在中午休息之前完成2/3的零件，在切割台上工作了一会儿之后，就把切割刀前的防护挡板卸下放在一旁，卸下防护挡板之后，收取起加工零件更方便快捷一点。大约过了一个多小时，杰瑞的举动被无意间走进车间巡视的主管逮了个正着。主管雷霆大怒，除了目视着杰瑞立即将防护板装上之外，又站在那里大声训斥了半天，并声称要作废杰瑞一整天的工作量。事情发展到这里，杰瑞以为结束了，没想到，第二天一上班，有人通知杰瑞去见老板。在那间杰瑞受过好多次鼓励和表彰的不规则形状的总裁室里，杰瑞听到了要将他辞退的处罚通知。总裁说：“身为老员工，你应该比任何人都明白安全对于公司意味着什么。你今天少完成了零件，少实现了利润，公司可以换个人换个时间把它们补起来，可你一旦发生事故失去健康乃至生命，那是公司永远都补偿不起的……”离开公司那天，杰瑞流泪了，在这家公司工作了几年时间，杰瑞有过风光的时候，也有过不尽如人意的地方，但公司从没有人对他说不行。可这一次不同，杰瑞知道，他这次碰到的是公司灵魂的东西。

这个材料告诉我们，对于影响深远的“小过错”，“小题大做”去处理，以防止“千里之堤，溃于蚁穴”，正是及时修好“第一个打碎的窗户玻璃”的明智举措。

另外，公司要鼓励、奖励“补窗”行为。不以“破窗”为理由而同流合污，反因“补窗”做善举而亡羊补牢，这体现了员工高尚的道德情操和自觉的成本意识。公司要提倡这种善举，通过表扬、奖励等措施使之发扬光大。



少数应该服从多数吗？——阿罗不可能定理

> 假设有甲、乙、丙三人，分别来自中国、日本和美国，而且是分别多年的好朋友。三人久别重逢，欣喜之余，决定一起吃饭叙旧。但是，不同的文化背景形成了不同的饮食习惯，他们对餐饮的要求各不相同，风格各异：
>
> 甲：中餐　西餐　日本餐
>
> 乙：日本餐　中餐　西餐

丙：西餐　日本餐　中餐

如果用民主的多数表决方式，结果如下所示：

首先，在中餐和西餐中选择，甲、乙喜欢中餐，丙喜欢西餐；

然后，在西餐和日本餐中选择，甲、丙喜欢西餐，乙喜欢日本餐；

最后，在中餐和日本餐中选择，乙、丙喜欢日本餐，甲喜欢中餐。

三个人的最终表决结果如下：

中餐或者西餐，西餐或者日本餐，日本餐或者中餐

所以，利用少数服从多数的投票机制，将产生不出一个令所有人都满意的结论。

“阿罗不可能定理”是对美国经济学家、1972年诺贝尔经济学奖获得者肯尼斯·约瑟夫·阿罗所提出的一种理论推论的通称。这个理论推论认为，在现实中不可能找到一种完全符合集体偏好的最优配置方案。这一理论在社会福利政策和公共政策的研究中具有极其重要的价值。

阿罗的研究结果表明，在现实的公共选择中这种类似的矛盾情况是一种普遍存在的现象。人们不可能找出一种确切的集体行为规则，能够保证从个人的偏好得到“合理的”集体的选择。

这里所谓“合理的”集体选择，是指能够满足如下几个前提条件的选择。

(1) 自由选择。对所有备选方案，任何人都可以有自己任何的行为偏好。

(2) 帕累托原则。如果所有人都认为方案A比方案B好，则集体也必须认为方案A比方案B好。

(3) 不相干方案的独立性。集体对任何两个方案的偏好，仅与集体成员对这两个方案的偏好有关，而与他们对其他不相干方案的偏好无关。

(4) 非独裁性。不存在这样一个成员，只要他认为方案A比方案B好，不管其他成员的偏好如何，集体就得认为方案A比方案B好。

只要个人和社会的选择顺序满足完备性和传递性，那么，同时满足所有条件的规则就是不可能存在的。这就是著名的“阿罗不可能定理”。正是因为在社会选择领域方面的开拓性研究，阿罗荣获了诺贝尔经济学奖。

自从“边际革命”产生以来，人们通常认为，只要存在恰当的社会选择机制或规则，个人偏好序列的集合能够形成一种最优的公共选择行为。阿罗的研究证明：事实上，所谓完全满足集体偏好的最优方案，在现实的公共选择中是不存在的。

阿罗定理指出，社会没有一种“客观的”反映群体的社会偏好的方法。如果某种偏好得以反映出来，如小布什而不是戈尔当选美国第53任总统，完全取决于所确定的“民主”的选举规则，那么另外一套规则得出的完全可能是另外一种结果。

戈尔比小布什多几十万张选票，然而美国实行的投票人制度是，谁获得了某一州的多数票，那么他就获得该州所分配的选举人的选票。小布什

与戈尔之争的关键是佛罗里达州的选举结果，布什获胜就在于他以微弱的优势获得了佛罗里达州的25张选举人票。最后，小布什与戈尔的选票之比为277:266，小布什获胜。

此外，阿罗定理也说明，社会的选择方法不可能既是有效率又民主的。因为循环投票本身就是无效率的。而有效率的方式必须是独裁的。这就再次揭示了民主和效率的矛盾。

在企业决策的过程中，更应该关注“多数”、“少数”的现象，既重视“多数”，又重视“少数”，在两者之间找到一种平衡是企业管理者的一门大学问。



为何辞退不合格的员工要快？——酒与污水定律

酒与污水定律是指，如果把一匙酒倒进一桶污水中，你得到的将是一桶污水；如果把一匙污水倒进一桶酒中，你得到的还是一桶污水。

在任何组织里，都存在几个难“对付”的人物，他们存在的目的似乎就是为了把事情搞糟。最糟糕的是，他们像果箱里的烂苹果一样，如果你不及时处理，它会迅速传染，把果箱里其他的苹果也弄烂了。“烂苹果”的可怕之处在于它那惊人的破坏力。一个正直能干的人进入一个混乱的部门可能会被吞没，而一个无德无才者能很快将一个高效的部门变成一盘散沙。一个能工巧匠花费数十日精心制作的陶瓷品，一头驴子一秒钟就能将它毁坏掉。

这是一条来自西方的管理定律，其实在我们中国也有同样的谚语：

一块臭肉坏了满锅汤；

一粒老鼠屎坏了一锅粥；

一条臭鱼坏了一锅汤。

无论是来自西方的定律还是中国的谚语，都已经对负面影响的始作俑者做了准确的定性：污水、臭肉、老鼠屎、臭鱼。这些已经定型的东西没有改变和改造的可能。污水总不可以成为酒吧，臭肉总不可以成为好肉吧，老鼠屎总不可能成为调料吧，臭鱼又怎么可能成为好鱼呢？既然如此，就要及时处置，对极坏的东西不要再抱什么幻想，而应及时清理掉。

窥探商家的“鬼把戏”
——营销篇



背靠大树好乘凉——名人效应

美国一出版商有一批滞销书久久不能脱手，他忽然想出了一个主意：给总统送去一本书，并三番五次去征求意见。忙于政务的总统不愿与他多纠缠，便回了一句："这本书不错。"出版商便借总统之名大做广告，"现有总统喜爱的书出售"，于是，这些书一抢而空。

不久，这个出版商又有书卖不出去，又送了一本给总统，总统上过一回当，想奚落他，就说："这书糟透了。"出版商闻之，脑子一转，又做广告："现有总统讨厌的书出售"，不少人出于好奇争相抢购，书又售尽。

第三次，出版商将书送给总统，总统接受了前两次的教训，便不做任何答复，出版商却大做广告："现有令总统难以下结论的书，欲购从速。"居然又被一抢而空，总统哭笑不得，商人却借总统之名大发其财。

经济最伟大的作用在于为我们提供了市场，让我们彼此能够互换有无。在社交场合中，也有这样一个市场，有名气就可以做品牌，做一个招风的大树。如果你想做好生意、做大事业，已经有资本、有技术，那么就需要借助名人来充门面，借助名人的影响力来成就自己的事业。

在现代社会，借势这种手段已在政治、经济、文化以及外交等领域被广泛运用，而且大有日趋扩展之势。巧借名人不失为一种提高自身形象，扩大自己影响的策略和技巧，如请社会名流为题词，请专家教授作序，作为提高自己身份和能力的资本；等等。也可以借助名人的名声提高自己的社会知名度。

正如上文中提到的总统也能帮人卖书一样，只要策划得法，巧借名目，"总统"这一神圣的王冠也可被人玩弄于股掌之上，为市场竞争活动增添爆炸性新闻。

俗话说，"大树底下好乘凉"，打好名人这把"伞"，巧用名人效应改变自己的事业轨迹，其实也不是一件难事，关键看你会不会把握时机，变不利为有利。

很多品牌正是借助了名人效应，迅速提升了产品知名度，扩宽了市场。中国天津的自行车品牌"飞鸽"得以扬名海外，也是因为很好地利用了名人效应。

飞鸽由于品质优良、价格合理，在国内自行车市场中占据了半壁江山，但却在开拓海外市场时遇到了不小的阻力。1989年，正为开拓海外市场而犯愁的自行车厂领导听说新当选的美国总统布什即将访华。众所周知，布什夫妇是一对自行车迷，酷爱自行车运动。领导们觉得机会来了。

天津自行车厂希望把飞鸽牌自行车作为礼品，送给布什夫妇。这个想法经过层层上报，最终得到了国务院的批准。后来，总理将两辆飞鸽自行车作为礼物送给布什夫妇时，他们显然十分高兴，并当场表示第二天就会骑一骑。后来这个骑车的场面被全世界上百家新闻单位进行了报道。通过新闻的传播，飞鸽牌自行车开始名扬全世界。天津自行车厂正是借助于布什夫妇，为飞鸽牌自行车增加了知名度，从而打开了海外市场。

名人本身并不能为企业创造什么价值，但是其在公众中的无形影响力却是企业求之而不得的。所以，要想使产品迅速为大众所知，打开销路，最好的办法就是找名人做广告。很多名牌如阿迪达斯、耐克等，都请过很多体坛健将和知名红星担当其代言人，正是通过这种名人效应，增加了产品的光环，最终获得了市场的认可。

生意场上如此，社交生活中其实也有着这样的潜规则。当你还是无名小卒的时候，如果能够凭借自己的实力得到名人或实力人物的赏识，就可以平步青云，迅速升迁。而在通常情况下，如果你走一条普通的道路，很可能要花费数倍的时间和精力，甚至还不一定能够成功，这辈子就被埋没了。如果找到你生命中的贵人，找到一个可能作为“乘凉大树”的名人，你就可以事半功倍地获得成功了。

有一个十八岁的男孩来到钢铁大王卡内基的建筑工地打工，别看他只不过是个乡村孩子，干的又是杂活儿，可是他志向不小，立志要做最优秀的人。

白天干活很累，到了晚上同伴们要么闲聊，要么喝酒，唯独他躲在角落里看书。一天，他又在看书，恰巧晚上来抽查工作的公司经理看到了这一幕，便问他学那些东西干什么。男孩礼貌地回答到：“我觉得公司并不缺少打工者，而是缺少既有工作经验又有专业知识的技术人员，以及优秀的管理者，对吗？”

在场的人都付之一笑，以为他在说大话。可是男孩却回答说：“我不是只为了赚钱，也不是在为老板打工，而是在为自己的梦想打工，为自己的远大前途打工。”

经理很赏识这个小男孩的志向和胆识，就破例让他到公司里发展，不再在工地上干杂活了。后来，小男孩通过自己的不断钻研，一步步升到了总工程师、总经理的位子，最后被卡内基任命为钢铁公司的董事长。最后，他终于自己建立了大型的公司，并创下了非凡业绩，实现了从一个打工者到创业者的飞跃。

他就是伯利恒钢铁公司的董事长齐瓦勃。

如果生命中没有出现这么个贵人，没有得到卡内基的赏识，齐瓦勃一辈子可能都只是一个泥水匠。因为遇到了名人，也遇到了贵人，齐瓦勃的人生从此与众不同，究其原因，还不就因为是在那一分钟内获得了名人的认可，并从此借着这阵顺风直

上青云了吗？

有时候需要变通一下，能够给你遮风挡雨的不一定只是一个人，也可以是一个知名的企业、知名的机构，许多年轻人毕业后都喜欢去跨国企业发展，就是最好的例子。一个大的、知名的机构不仅稳定，而且有着很大的影响力，从这里面出来的人无疑具有了更高的平台。

曾经获普利策奖的记者伍德沃德现在早已是知名人物，可是谁想得到他当年差点连进入新闻界的机会都没有呢？

当他刚刚开始自己的职业生涯时，就一心想进入《华盛顿邮报》做一名记者。当时，主管编辑部工作的喻利实在看不出这个小伙子有什么过人之处，就让自己的助手先安排他不带薪实习两个星期。两个星期很快就过去了，伍德沃德虽然干得很卖力，但采写的17篇稿子一篇也没见报。于是，他被报社辞退了。

无奈的伍德沃德只得在华盛顿附近的蒙特哥莫瑞找了一份工作，但他不甘心自己的命运被这两个星期的试用扼杀。没多久，他开始频频给喻利打电话，希望再给他一次机会。一次，正在度假的喻利又接到伍德沃德的电话，他不堪忍受伍德沃德的纠缠，禁不住大发脾气。倒是他的妻子冷静地说："你难道不认为这正是一个好记者必须具备的素质么？"应该说，喻利是明智的，他听从了妻子的建议，让伍德沃德回到了《华盛顿邮报》。

对水门事件的报道使得伍德沃德成为了家喻户晓的记者，可是倘若他在最初被《华盛顿邮报》拒绝之后就不再涉足新闻界，倘若他在离开《华盛顿邮报》之后不再努力追逐自己的新闻梦，那么新闻界将永远不会留下这个传奇的名字。

事实证明伍德沃德是一个聪明人，他执着地选择了《华盛顿邮报》这棵大树，即便被拒绝也百折不挠，终于如愿以偿。倘若他当初气馁了，待在那个名不见经传的小地方，那么也就没有日后获得普利策奖的机会了。



不走寻常路——产品差异化

对于竞争性行业来说，各个厂家的产品都是差不多的，性能也不相上下，因此很难培养自己固定的客户群。比如日用品等行业，究竟靠什么吸引消费者呢？

让你的产品与众不同！答案就是这么简单。有哪些不同呢？可能是口味不同，可能是包装不同，可能是某个设计的细节不同，总之，你要与众不同，才能够吸引消费者。

文新开着一家糕点店，生意一直冷冷清清。因为糕点这个行业，竞争本来就十分激烈，加上文新当初在选择店址上出现了一些失误，把店开在一个偏僻的胡同里。所以，不到半年时间，店面就快支撑不下去了，文新

也无奈地想结束生意。

有一天，文新在店里碰到一个给男朋友买生日蛋糕女客人。当员工问她想在蛋糕上写什么字时，女客人嗫嚅了半天才吞吞吐吐地说：“我想写上‘亲爱的，我爱你’。”

文新一下子就明白了女客人的心思，原来她想写一些很亲热的话，但是又不好意思让旁人知道。文新很快意识到这里面蕴含的商机：有这种想法的客人肯定不止一个，而现在每个蛋糕店的祝福词都是千篇一律的“生日快乐”之类，为何不尝试用些个性化的祝福语呢？

于是，文新经过深思熟虑，做出了这样一个决定：“再多买一些专门用来在蛋糕上写字的工具，给每个来买蛋糕的顾客赠送一支，这样客人就可以自己在蛋糕上写一些祝福语，即使是隐私也不怕被人看到。”

没想到广告一出，立刻顾客盈门，在接下来的一个星期中，顾客比平时增了两倍，大家都是被“写字的笔”吸引来的。从此店里的生意蒸蒸日上，客户量奇迹般地增长。老板趁热打铁，又开了几家分店，生意越做越大了。

蛋糕店多了，这一家却开出了不一样的特色。“不走寻常路”，只有开展差异化经营，才能在竞争中生存并发展壮大。

在企业竞争激烈的今天，如果没有独特的做法，是很难在竞争中脱颖而出的，这就要求企业在策略、服务、产品、营销等诸多方面摆脱随大流的被动情况，成为领导潮流的先驱。也只有那些先驱者才是受益最大的。

“脑白金”通过狂轰滥炸的广告抢占了保健品市场的头把交椅，把这三个字牢牢地刻在消费者的脑海里，几乎成了保健品的代名词。

不管大家平时怎么奚落它搞笑的广告，在真正购买保健品时，却发现还是不自觉地把它当成了首选。有一次，我陪一个朋友去买保健品，他平时对脑白金是很不屑的，这时却很自然地将手伸向了脑白金。我奇怪地问他为什么，他说：“我也不知道，好像脑子里就有个印象似的，脑白金就是保健品，送礼就送脑白金嘛！”

脑白金靠狂轰滥炸的广告开拓了自己的市场。这种重复而单调的方法虽然老套且庸俗，但刻在人们的脑海里的印象却无比深刻，导致消费者在不知不觉中形成了习惯。这与其他的保健品同行走的也是不同的道路，只有善于独辟蹊径，才能收到不一样的效果。

有时候，我们过于习惯现有的产品，习惯现有东西的性能、外观、手感等性质，于是就懒得再去考虑如何换花样，久而久之，产品就同质化了，企业还有什么竞争优势可言呢？只有善于在日常的习惯中发现新的启示，让产品变得不一样，才有更多的机遇。

有一个潜水员日子过得很平淡，有一天，他在附近的高尔夫球场闲逛，

忽然，有一只高尔夫球因为打球者的失误而掉进湖水中。

看见球落水溅起的水花，就在一刹那间，潜水员仿佛看到一个机会。他穿戴好潜水工具，立刻跳进湖中，想找到那只球。可是没想到，在湖底他惊讶地看到白茫茫的一片，足足散落堆积了成千上万只高尔夫球。这些球大部分都跟新的没什么差别，只是被人打进了水里之后，就一直在那里沉睡着。

他马上把这件事情告诉了球场经理，经理答应以10美分一只的价钱来收购这些从水里打捞上来的球。潜水员在这一天一共捞了2000多只球，得到的钱相当于他一周的薪水。干到后来，他每天把球捞出湖面，带回家让雇工洗净，重新喷漆，然后包装，按新球价格的一半出售。

后来，其他潜水员闻风而动，从事这项工作的潜水员多了起来，最初这个聪明的潜水员，干脆自己不下水了，而且成立了一个回收、翻新高尔夫球的公司，专门从其他潜水员手中收购这些旧球。

正如别人都习惯了苹果掉在地上，而只有牛顿发现了万有引力一样，当别人都习惯了高尔夫球掉进水里的失误，而只有这个潜水员看到了巨大的商机。事情往往就是这样，让头脑打开一厘米，想到别人所想不到甚至不敢想的事情，创新的观念就可以带动利润滚滚而来。如果他只是满足于做一个潜水员，那么一辈子也成不了富翁。

有时候，现有的产品太好了，以至于大家都舍不得放弃。既然现有的产品已经是领先的了，又何必费事改进呢？正是这种消极怠惰的想法让很多企业走上了下坡路，只有敢于抛弃旧的产品，才能不断开发出新的更好的产品。

日本钟表企业精工舍是一家世界闻名的大企业，其手表的销售量长期位于世界第一。它能取得这样的成功，主要归功于第三任总经理服部正次的放弃战略。

1945年，服部正次就任精工舍第三任总经理。受第二次世界大战的影响，精工舍的生产销售元气大伤，面临着巨大的生存危机。服部正次针对这一状况，制定了“不着急，不停步”的战略，着重从质量上下手，开始了赶超钟表王国瑞士的步伐。

可是10多年过去了，服部正次带领的精工舍虽然取得了长足的进步，却仍然无法与瑞士表分庭抗礼。服部正次看到，要想在质量上超过有深厚制表传统的瑞士，恐怕是“此路不通”。他认为精工舍应该另辟蹊径，转换经营策略。

经过慎重的思考，服部正次决定放弃传统的机械表制造，转而生产新产品——石英电子表。与机械表相比，石英表的最大优势就是走时准确。号称“表中之王”的劳力士月误差在100秒左右，而石英表的月误差却不超

过15秒。1970年，石英电子表开始投放市场，立即引起了整个世界的轰动。到70年代后期，精工舍的手表销售量跃居世界首位。

企业对于自己的产品精益求精是应该的，但若是走进了“敝帚自珍”的误区，就只会故步自封，看不到新的变化，感受不到新的风向，只能在别人的进步中逐渐被超越。精工舍正是通过放弃和创新战略取得了巨大的成功。

产品差异化、产品创新是有形的，还好琢磨。有时候，差异化和创新则更多地体现在模式上，如经营模式、盈利模式等，找到不一样的方式，就等于发掘了新的利润源泉。

有一个12岁的小男孩，进行了人生的第一次生意冒险。原来，他酷爱集邮，可是从拍卖会上卖邮票要交纳一定的费用，他觉得不合算。于是他说服一个同样喜欢集邮的邻居把邮票委托给自己，然后在专业刊物上刊登卖邮票的广告。出乎意料的是，他赚到了2000美元，他第一次尝到了抛弃中间人，“直接接触”的好处。

小时候的这次经历让他刻骨铭心。上初中时，他开始做电脑生意——买来零部件，组装后再卖掉。在这个过程中，他发现一台售价3000美元的IBM个人电脑，零部件只需六七百美元就能买到。而当时大部分经营电脑的人并不太懂电脑，不能为顾客提供技术支持，更不可能按顾客的需要提供合适的电脑。这就让他产生了灵感：抛弃中间商，自己改装电脑，不但有价格上的优势，还有品质和服务上的优势，能够根据顾客的直接需求提供不同功能的电脑。

再后来，小男孩长大了，创办了自己的电脑公司，并采取了自己童年时期就采用过的“直接销售”模式，真正按照顾客的要求来设计制造产品，并把它在尽可能短的时间内直接送到顾客手上。他凭借着自己发现的这种模式，一路做下去。2002年，他荣登《财富》杂志全球500强中的第131位，他就是著名的戴尔。

从1984年戴尔退学开设自己的公司，到2002年跻身财富榜，不到20年的时间，戴尔公司成了全世界最著名的公司之一。正是初次做生意时的正确路径选择，奠定了后来戴尔事业成功的基础。对于每一个想功成名就的年轻人来说，其实成功是就这么简单：找到差异化的路径，选择属于自己的正确方向，然后一直走下去！

同质化是商业的大敌，如果你不想陷入与同行之间你死我活的价格战中，就要让自己的产品高人一等，与众不同，赢得属于自己的忠实的客户群，这样才能保证自己在竞争中处于优势地位。



沃尔玛成功的秘籍——薄利多销

薄利多销是指商家为了扩大销售量而采取的降低单位产品价格，以便于招徕顾客，加强市场渗透，提高产品的市场占有率，从而增加企业总利润的商业手法。

在早期的经营生涯中，山姆·沃尔顿发现，如果每件商品进货价格是80美分，标价1美元的话，卖出的数量是标价1.2美元的3倍。这时，虽然每件商品的利润可能会减少，但由于卖出的数量很多，因而整体利润要高很多。这个道理很简单，但蕴含着折扣销售的精髓：降低价格，刺激销售量，进而提高整体盈利水平。

薄利多销是山姆·沃尔顿的新发明，事实上早在沃尔顿进入商界之前，这一原则已被广泛应用，但像沃尔玛公司这样实行力度之大、范围之广、持续时间之久、运用之成功的，很难找出第二家。

沃尔玛公司的高级管理人士回忆说："山姆·沃尔顿非常迷恋这种经销原则，并要求将这一原则作为公司的基本经营原则之一加以认真贯彻执行。"他们举例说："对于拟订标价为1.98美元的商品，他说50美分就可成交，我们建议，既然拟订价格为1.98美元，我们就标1.25美元吧，他说不，我们就标50美分。这种令人不敢相信的优惠价格使得公众普遍认为去沃尔玛公司购物是物有所值。"

这一"比任何一家公司都走得更远"的薄利多销原则并没有使沃尔玛公司遭受损失，反而使公司赚得了更多的利润。1997年，其销售收入高达1198亿美元，高居世界零售业榜首，并成功跻身于世界500强前10名，位居第8。沃尔玛公司不仅获得了很高的企业文化力量分值，同时也有很高的企业长期经营业绩的分值。这无疑说明了强有力的企业文化能促进企业业绩的增长。

许多学者也同意这种观点，他们进一步解释说："沃尔玛公司员工的积极性是其企业文化和公司高级管理人士激励的产物，正是这种积极性，使该公司的经营业绩成就卓著。"很显然，沃尔玛公司强有力的企业文化"是强有力型企业文化最为典型的例子之一"。在沃尔玛公司的企业文化体系中，强有力型企业文化的主要特征得到了充分的体现，并被提高到一个更高的层次，那就是"将原则演绎到极致"。在沃尔玛公司的企业文化中，许多原则并非是该公司首创的，但很少有公司将它们运用得如此之好，如此有特色。这一文化体系无疑是我们建立和运用强有力企业文化最好的实践证明。

沃尔玛创始人山姆·沃尔顿1962年在阿肯色州乡村创立第一家连锁店时靠的就是这一条。当年，沃尔顿对其商店的定位就是中下阶层，经营服装、饮食以及各种日常杂用，最重要的是以低于别家商店的价格出售，因而吸引了众多顾客，连锁店越开越多，但“天天低价”的法则始终没有改变。沃尔顿有句名言：“不管我们付出的代价多大，如果我们赚了很多，就应当转送给顾客。”

如今，沃尔玛旗下在美国拥有连锁店约3500家，在其他国家拥有1100家，全球雇员达1200多万人，是一个实实在在的企业帝国。但不管你走进哪里的沃尔玛，“天天低价”仍然是最为醒目的标志。为了实现低价，沃尔玛想尽了招数，其中重要的一招就是大力节约开支，绕开中间商，直接从工厂进货。统一订购的商品送到配送中心后，配送中心根据每个分店的需求对商品进行就地筛选、重新打包。这种类似网络零售商“零库存”的做法，使沃尔玛每年都可以节省数百万美元的仓储费用。

财力资源是沃尔玛早期存在的问题之一。在以40%的速度增长的同时，必须有足够的资金去支持成长，这非常困难。尽管从一开始沃尔玛的获利性就很好，并且直到1970年才上市，但在此之前，沃尔玛一直都不能从社会上筹集资金，所以沃尔玛必须保证所有的扩张努力都是对的。如果开一家新的分店，沃尔玛公司通常对它的要求是能在90天内开始产出现金，以便用来帮助其他的发展计划。

在实际经营管理中，“薄利多销”的原则被广泛应用于下列几个方面。

(1) 产品有生命力，但销售步入低谷时，采用薄利多销的原则，可激发顾客的购买欲，以刺激产供销环节的周转。

(2) 产品属市场淘汰之列，以多销微利保本为原则，将企业的损失降到最低限度，争取时间，开发出新产品。

(3) 市场上同类型产品多，竞争激烈时，采用薄利多销、降本让利的策略，可争夺同类产品的顾客，促进本企业产品覆盖率、辐射率、市场占据率的提高。

(4) 新产品试销阶段，以薄利多销的方式尽快使产品进入市场，扩大影响，提高知名度，建立市场信誉和威信。

(5) 原料来源充足、技术性一般、市场吞吐量大的产品，可以采用薄利多销的原则，充分发挥企业设备效益、资金效益、技术效益，形成较稳固的生产、供应、销售三位一体的发展实力。

有效利用稀缺的资源——二八法则

经济学中有一条著名的二八法则。1897年意大利经济学家帕累托偶然注意到了19世纪英国人的财富和收益模式。

在调查取样中，他发现大部分的财富流向了少数人手里，同时，他还发现一件非常重要的事情，即某一个族群占总人口数的百分比和他们所享有的总收入之间有一种微妙的关系。他在不同时期或不同国度都发现过这种现象。不论是早期的英国，还是其他国家，甚至从早期的资料中，他都发现这种微妙的关系一再出现，而且在数学上呈现出一种稳定的关系。于是，帕累托从大量具体的事实中归纳出一个简单而让人不可思议的结论：

如果社会上20%的人占有社会80%的财富，那么可以推测10%的人占有了65%的财富，而5%的人则占有了社会50%的财富。在这里，存在一项事实：财富在人口的分配中是不平均的。

后来，人们发现，这种二八的分类在其他地方也同样常见：

——20%的产品或20%的客户，涵盖了企业约80%的管理额；

——20%的罪犯占所有犯罪行为的80%；

——20%的汽车狂人，引起80%的交通事故；

——你的电脑80%的故障是由20%的原因造成的；

——20%的已婚者，占离婚人口的80%（那些不断再婚又再离婚的人，扭曲了统计数字）；

——你一生使用的80%的文句是由字典里20%的字组成的；

——20%的孩子，享受80%的高水平教育；

——在家中，20%的地毯面积可能有80%的磨损。80%的时间里，你穿的是你所有衣服的20%。如果你有一辆摩托车，出现的80%的故障，是由20%的原因造成的；

——在考试中，20%的知识能为你带来80%的分数；

——你20%的朋友，占据了你80%的与朋友见面的时间；

——80%的能源浪费在燃烧上，只有其中的20%可以应用到车辆中，而这20%的投入，却回报以100%的产出；

——世界上大约80%的资源，由世界上15%的人口所消耗；

——世界财富的80%，为25%的人所拥有；

——在一个国家的医疗体系中，20%的人口与20%的疾病，会消耗80%的医疗资源。

这些现象给我们的启示就是，往往多数的因素只能造成少许的影响；而少数的因素，才是最关键的。

二八法则的最广泛的应用是在营销工作中。你只要抓住那些20%的重要客户，你的利润就会有所保证。所以，我们不能对每位客户都做到“一视同仁”，而应该有侧重地和重要的客户多联系，多应酬。

在营销活动中，想把所有精力和努力平均分配给每一个客户——“一碗水端平”——是不可取的。明智做法是充分关注发挥主要作用的大客户，将有限的精力投注在他们身上，从而取得事半功倍的效果。

你的时间、精力、成本都是有限的，你必须学会分配，将最重要的精力分配给最重要的事情，关注最重要的20%，这样才能取得好的收益。弗兰克·贝特格是美国保险业的巨子，他讲述了自己的故事：

> 很多年前，我刚开始推销保险时，对工作充满了热情。后来，发生了一点事，让我觉得很气馁，开始看不起自己的职业并打算辞职——但在辞职前，我想弄明白到底是什么让我业绩不佳。
>
> 我先问自己：“问题到底是什么？”我拜访过那么多人，成绩却一般。我和顾客谈得好好的，可是到最后成交时他们却对我说：“我再考虑一下吧！”于是我又得再花时间找他，说不定他还改变了主意。这让我觉得很沮丧。
>
> 我接着问自己：“有什么解决的办法吗？”在回答之前，我拿出过去12个月的工作记录进行详细研究。上面的数字让我很吃惊：我所卖的保险有70%的是在首次见面时成交的。”
>
> 另外有23%的是在第二次见面时成交的；只有7%的是在第三、第四、第五次见面时才成交的，而我，竟把一半的工作时间都浪费在这上面了。这个发现让我激动不已，又燃起了创造佳绩的激情，把辞职的事也抛到九霄云外去了。
>
> 该怎么做呢？不言自明：我应该立刻停止第三、第四、第五次拜访，把空出的时间用于寻找新顾客。
>
> 执行结果令我大吃一惊：在很短的时间内我的业绩上升一倍。

这就是了解并运用二八定律后带来的改变，弗兰克发现自己的精力和时间都浪费在效益并不明显的7%上，所以业绩并不突出，在二八定律的影响下，弗兰克立即改变了工作方法，把大部分时间和精力用来寻找新客户——他们为他带来了80%的工作收益。

二八定律提醒我们：集中精力做好最重要的事情，避免把时间和精力花费在琐事上，要学会抓住主要矛盾。一个人的时间和精力都非常有限，要想真正“做好每一件事情”几乎不可能，要学会合理分配我们的时间和精力。要想面面俱到还不如重点突破。把80%的资源花在能出关键效益的20%的方面，这20%的方面又能带动其余

80%的发展。

“二八法则”告诉我们，付出100%，只能收获20%，其余的80%都是无用功，被浪费了。如果我们能够知道产生80%收获的究竟是哪20%的关键付出，我们就能时刻提醒自己把主要的时间和精力放在关键的少数上，而不是用在获利较少的多数上。这就是杰出和平庸的巨大鸿沟。抓住生命中最重要的20%，将它们最大化!



为什么有零有整？——定价策略

你关注过商品是如何定价的吗？厂家定价首先要考虑的是自己的成本，在成本之上加上一定的利润以确定价格，最后出售给消费者。

不知道你注意过没有，一些商场的商品定价往往都以9结尾，比如199、599等，为什么商品的价格不取一个整数呢？

这首先是心理上的作用，比如199感觉好像便宜了，不到200；消费者以为自己买了一个一百多的东西，听起来好像很划算；如果定在201，那就是二百多了，好像就亏了。

还有一个原因是，商场搞促销，买满多少送多少或者减多少，当价格不是整数的时候，实际上要达到最优的情况是不可能，总是要多买一些，比如买满200送100，那么199的东西就不符合条件，还要再买。比如有些商场是买200元减80元现金，但是偏偏把商品定在199，真是让人哭笑不得，很多顾客为了凑够200的整数，多减一些，就会多买东西，可是最后算下来并不划算。

与此相反的是礼品的定价。很多礼品或者包装很好，适合送人的商品的定价都带个零头，比如801，1055等等，为什么不把零头抹掉，直接定个整数呢？这在营销上有个专门的名词，叫立地定价法，就是在产品定价时把价格定位在某一价格区间的最低位置。例如我们经常见到的10、106、212等以0或特别小的个位数为末位数的价格。这种价格定位的好处是能够满足消费者提升档次但又不愿意承担更高费用的心理。可以简单概括为宁做凤尾不做鸡头的心理。

如果你买这样的商品送人，价位上会让你感觉有零头送礼既实惠又有面子。如果你打算买两盒保健品送普通亲友，即想实惠有不想掉了面子。通常情况下我们会选择这种定价的产品。保健品礼品装一般都是两盒一个礼袋，如果两盒保健品价格是199元，你一定会觉得很窝心，明明加2元钱就送了200多元的礼了，偏偏没少花钱却丢了面子。对于礼品而言，立地法是最好的定价方法。

再说，中国人向来有砍价的习惯，如果能砍些价下来，既买了实用也买了开心。但对于卖家来说，是最不愿意被砍价的。那么这时能有个折中价是最好的，砍零头就是卖家最好的借口，也是不善于砍价的买家最乐于接受的折中方式。一件308元

的商品，在买家刚开口正要砍价的当口，卖家就极不情愿但又很爽快地让掉零头，这时候一般买家就不好意思再砍价了。

除了这两种常见的定价策略外，从便宜和贵两方面来看，也有两种定价方式。对于一种商品来说，如果定价太高，肯定买的人就少了，于是商家想出很多方法来解决这个问题。

现在很多一元店、两元店充斥在街头，这种小店用的就是同价销售术。最开始，英国有一家小店，生意萧条很不景气。一天，店主灵机一动，想出一招：只要顾客出1英镑，便可在店内任选一件商品（店内商品都是同一价格的）。这可谓抓住了人们的好奇心理。尽管一些商品的价格略高于市价，但仍招徕了大批顾客，销售额比附近的几家百货公司都高。在国外，比较流行的同价销售术还有分柜同价销售，比如，有的小商店开设1分钱商品专柜、1元钱商品专柜，而一些大商店则开设了10元、50元、100元商品专柜。对于消费者而言，大多都闲讨价还价太麻烦，还是一口价简单方便，因此这种定价法就风行了。

对于一些很贵的东西而言，没有什么东西能比价格对顾客更敏感的了，因为价格即代表他兜里的金钱，要让顾客感受到你只从他兜里掏了很少的一部分，而非一大把。价格分割是一种心理策略。卖方定价时，采用这种技巧，能造成买方心理上的价格便宜感。比如，商家将商品分割，用较小的单位报价。例如，茶叶每公斤10元报成每50克0.5元，大米每吨1000元报成每公斤1元，等等。巴黎地铁的广告是：“只需付30法郎，就有200万旅客能看到您的广告。”还有一种方法就是用较小单位商品的价格进行比较。例如，“每天少抽一支烟，每日就可订一份报纸。”“使用这种电冰箱平均每天0.2元电费，只够吃一根冰棍！”报价时用小单位就是这种方法的秘诀。

还有很多商品，商家看准了顾客好面子的特点，便故意定高价使顾客在购买的过程中觉得特别有面子、有身份感。例如，某地有一商店进了少量中高档风衣，进价400元一件。该商店的经营者见这种外套用料、做工都很好，色彩、款式也很新颖，在本地市场上还没有出现过，于是定出1350元一件的高价，居然很快就销完了。这种定价方法能够让商家在短期内获利，但是很难持续。如果你推出的产品很受欢迎，而市场上只你一家，那么就可以卖出较高的价格。不过这种形势一般不会持续太久。畅销的东西，别人也可群起而仿之，因此，要保持较高售价，就必须不断推出独特的产品。除非你的产品真正物有所值，否则迟早会搬起石头砸了自己的脚，成为被消费者唾弃的商品。

与此相反，有些商家尤其是生产大众化产品的商家，往往采用低价定价法，这种策略则先将产品的价格定得尽可能低一些，使新产品迅速被消费者所接受，优先在市场中取得领先地位。由于利润过低，能有效地排斥竞争对手，使自己长期占领市场这是一种长久的战略，适合于一些资金雄厚的大企业。对于一个生产企业来说，

将产品的价格定得很低，先打开销路，把市场占下来，然后再扩大生产，降低生产成本。对于商业企业来说，尽可能压低商品的销售价格，虽然单个商品的销售利润比较少，但销售额增大了，总的商业利润会更多。不过这种商品只适合一些中低档商品，对于高档商品及追求生活品质的客户则不适用。

对于一般商品来说，价格定得过高，不利于打开市场；价格定得太低，则可能会出现亏损。因此，最稳妥可靠的是将商品的价格定得比较适中，消费者有能力购买，推销商也便于推销。如何避免过高定价和过低定价，保证定价的合理呢？这就可以应用安全定价法。安全定价通常是由成本加正常利润所购成的。例如，一件T恤衫的成本是50元，根据服装行业的一般利润水平，期待每件T恤衫能获20元的利润，那么，这件T恤衫的安全价格为70元。安全定价，价格适合，也使得厂商可以长期维持在一个价格水平上销售，免去了市场对价格敏感的麻烦。

对于一些日用品而言，折中定价法是一个很好的选择。这种定价法就是产品定价时直接以5、50、4、6等中间数字作为产品的末尾数字来定价。此类消费者对价格敏感度较弱，一般更关注产品本身带给自己的感受，不愿意受到他人意愿的指使。例如，很多饮料的终端零售价很多都定位为1.5元，2.5元，3.5元，还有4.5元和5元。折中定价的商品相对于消费者的经济能力而言，属于小件商品，这种产品定价一般对青少年比较有效。青少年往往追求个性独立但又没有足够的经济能力，他们消费愿意追赶流行但有不愿意受金钱约束。他们会考虑到自己的经济承受能力选择商品时对高位数字很在意，但对价格零头缺乏关注。饮料就是一种典型的青少年消费品。但奶制品的定价往往很少用数字5为后位数，这是因为奶制品的购买人群多为家长尤其是成年女性。这类人对价格十分敏感，会对产品零售价、容量、单位含量均价等进行详细的计算和比较。因此不适用于折中定价的商品。除了饮料外，我们可以发现一些快餐、小吃或者某些餐厅的菜单，也是以5为定价末尾数字。快餐自不必说，5元和6元快餐是最常见的。如果我们留意餐厅的菜单，我们会发现菜价中最后一个数字很少有1、2或8、9的。

价格是消费者直接付出的代价，毕竟消费者的经济实力是分三六九等的，如果不仔细研究定价的学问，就会错失市场。该高则高，该低则低，讲究定价的学问，才能让商品受市场的欢迎。



如何在市场里找钱？——市场细分

市场细分的概念是美国市场学家温德尔·史密斯于20世纪50年代中期提出来的。所谓市场细分就是企业按照影响市场上购买者的欲望和需要、购买习惯和行为等诸因素，把整个市场细分为若干对不同的产品产生需求的市场部分或亚市场，其中任

何一个市场部分或亚市场都是一个有相似的欲望和需要的购买者群，都可能被选为企业的目标市场。

美国学者伊·杰·麦卡锡提出了一套逻辑性强、粗略直观却很有实用价值的市场细分程序。其程序具体表述如下。

(1) 依据需求选定产品市场范围。

(2) 列出潜在顾客的基本需求。

(3) 分析潜在顾客的不同需求。

(4) 移去潜在顾客的共同需求。

(5) 为分市场分别取名。

(6) 进一步认识各分市场的特点。

(7) 测量各分市场的大小。

进入2003年，熟悉乳业、关注乳业的人都看到：中国乳业整体再次骤然升温，新一轮竞争在加剧，同时也意味着中国乳品行业的洗牌拉开了序幕。在这样一个行业大背景下，一直在干粉行业的“中国核桃大王”——四川智强集团，也悄然进入乳业。

作为乳业新军，智强集团拥有一定的资金与网络实力，但与“光明”、“伊利”等行业巨头相比，显然是不占优势的；与各区域的乳品“诸侯”相比，也不占据“鲜”与“廉”的优势。于是，似乎只有一条路可以选择，那就是细分市场进行差异化经营。

智强集团多年积累起来的品牌影响与“中国核桃大王”的专业形象是介入液态奶领域的最大筹码，于是，“立足核桃，做透核桃”也成了它进入乳业争胜的重要前提。因而，智强乳品的初期定位就是“做乳品企业里的专业户”（液态奶企业里专门致力于“活脑核桃奶”的专家）。

智强乳品采取目标集中的策略，把10余年来在核桃营养领域专项开发和核桃深加工方面的优势，嫁接到核桃奶单项产品的研发上来，在细分市场和细分产品中不是把它仅仅当做一个品种来经营，而是把它当做一个品类来经营，这样的做法在液态奶领域至今还没有先例可循。

市场细分有利于企业特别是处于创业阶段的企业发现最好的市场机会，发展自己的产品，提高市场占有率。因为企业通过市场营销研究和市场细分，可以了解各个不同的购买者群的需要情况和目前满足的程度，从而发现哪些顾客群的需要没有得到满足或没有充分满足。在满足水平较低的市场部分，就可能存在着最好的市场机会。

市场细分是企业发现良机，发展市场营销战略，提高市场占有率的有力手段。还应看到，市场细分对小企业特别重要。因为小企业一般资金少，资源薄弱，在整个市场或较大的亚市场上竞争不过大企业。小企业通过市场营销研究和市场细分，

就可以发现某些未满足的需要，找到力所能及的良机，见缝插针，拾遗补阙，使自己在日益激烈的竞争中能够生存和发展。

市场细分还可以使企业使用最少的经营费用取得最大的经营效益。这是由其前面的优点决定的。因为企业通过市场细分，选择目标市场，就可以有的放矢地采取适当的市场营销措施。

(1) 企业可以按照目标市场需要的变化，及时地、正确地调整产品结构，使其产品适销对路。

(2) 企业可以相应地、正确地调整和安排分销渠道、广告宣传等，使产品能顺利地、迅速地送达目标市场。

(3) 企业还可以集中使用人力、物力、财力，使有限的资源集中使用在“刀刃”上，从而以最少的经营费用取得最大的经营效益。

有专家称：“市场细分就是在市场里找钱。”此言恰如其分。



为什么“不买对的，只买贵的”？——极效营销

丰田的雷克萨斯汽车最初进入欧美市场时，定位是高端商务人士和政界客户，定价略低于奔驰汽车，但车内装饰和节油性优于奔驰，对奔驰汽车构成了直接的威胁。奔驰如何应对这个来自日本的“入侵者”呢？业界人士拭目以待。奔驰的对策是“把与雷克萨斯车定位重合的奔驰轿车的售价提高1万美元”，出人意料的是这一打破常规的策略非常成功，奔驰轿车高高在上的“极品”形象得到了加强，反而让售价“低廉”的雷克萨斯车身份尴尬。极效营销大获成功。

在市场营销竞争中，会产生许多特点不同的销售方法，极效营销就是其中一种。极效营销就是避开行业上通行的、传统的营销套路，而选择一种极端的营销方法。特点是将产品“极品”化，使营销产生一种市场“极效”效果，从而获取利润。它具有小额市场占有率、大额市场利润、产品质量一流、产品性能独具特色等特点。极效营销在市场上的运用数量不多，但成功率较高，并且它能够较快地引起人们的关注和兴趣，为市场拓展打下基础。

做极效营销要使产品的市场价格符合“极品”的要求。只有超高标准的“极端”定价策略才能够符合目标顾客的“极位”心理。而且要把定价“极端”化，营销者才有可能产生出来利润“极效”。低价策略是不允许在这一营销战略上使用的。

世界上有许多名牌产品，使用的都是极效行销战略，而且它们都取得了极大的成功：汽车市场中的“劳斯莱斯”品牌；时装市场中的“登喜路”品牌；果酒市场中的“人头马”品牌；中国白酒市场中的“茅台”品牌等。

在1997年，使用这一战略的成功案例是"锐步"鞋在印度市场上的销售。在印度，一双中档锐步跑鞋的价格是2500卢比（58美元）。这相当于是买一头牛的价格。锐步公司的地区主管潘特先生曾说："我们起初也为定价感到不安，但结果是这一价格给我们带来了意想不到的好处。"这一年他们在印度共卖出了30万双锐步鞋。在1998年，锐步公司又在那里推出了3000双"三维电石鞋"，每双鞋售价高达5000卢比，这等同于一台高级电冰箱的价钱，结果，4天之内这一款式的鞋就被人们抢购一空。

通过以上的例子可以看到，极效行销确实突破了传统行销的框框，让人跌破眼镜。



"蓝瓶的钙"为何大获成功？——色彩营销

当你在家打开电视看见一条广告说"选蓝瓶的钙！"时，你想到了什么？

也许你不知不觉就产生了"蓝瓶的钙就是钙的代言"的想法。如果是这样，那么这条色彩营销的经典广告就大获成功了！

用色彩来创造与同类竞争产品的差别，以强化产品在消费者心目中的形象，这就是色彩营销。换言之，所谓色彩营销就是指企业根据市场特点，充分利用色彩表现手法体现其产品的外部特征来进行营销组合，以满足顾客特定需求的一种营销活动。

心理学研究表明，人的视觉器官在观察物体时，最初的几秒内色彩感觉占80%，而形体感觉只占20%，两分钟后色彩占60%，形体占40%，5分钟后各占一半，并持续这种状态。可见产品的色彩给人的印象鲜明、快速、客观、深刻。因此，对于冲动型、激情型的顾客群体，鲜艳明了的产品会一下子满足他们的购买欲望，瞬间效应特别明显。

苹果电脑的彩色机壳、麦当劳快餐的红黄色标志、柯达胶卷的金黄色标志、可口可乐的鲜红色彩等，这些都与企业品牌特征紧密相连，色彩也就成为了商品附加值的一部分。用亮丽的色彩装点商品、包装商品以及进行品牌宣传，以加深消费者对商品的认知记忆程度，激发购买欲望，便是色彩营销的无限魅力。

色彩营销的载体是很广的，通过色彩来提升商品的商业价值的载体和途径较多。颜色可以在产品方面调配，也能（或同时）在商品的包装、广告、商业环境、企业形象、宗教民族等诸多方面加以考虑。这是因为市场上同质同类的产品很多，消费者对产品的颜色的喜好又因人而异，只有把握好产品（从广义上讲）颜色特征的表现形式，才能让顾客心爽、眼爽，在心情最佳的状态下抢购商品。

色彩营销一般伴随着娱乐化营销。好娱趋乐是人的本性，色彩与娱乐气氛是一对孪生兄弟，现代科技的进步使色彩和娱乐正在进行着前所未有的亲密接触，两

者结合起来，将能有效拉近产品与消费者之间的距离，加大产品的营销造势。

鲜明、生动、形象、时尚的色彩营销，最终都要落到人性化上面。人性化是色彩营销的根本所在。不同品牌的商品，面对不同的购销对象——人，色彩这个特殊的营销工具将扮演着沟通的重要角色，扮演着展示产品魅力和提升品牌价值的角色，色彩效应只有充分符合时代特征，满足消费者时尚的人性化需求，色彩才能在日趋激烈的竞争中发挥它独特的功效。

苹果公司曾于1999年推出了一款具有彩色外壳的电脑，配合上独特色彩的鼠标及半透明的材质，使得该款电脑一经上市就大获成功。而国内IT企业在色彩方面的发展和投入并不落后于世界其他国家。比如联想，几乎与苹果同期推出过“天禧”系列台式彩色电脑。这也是世界上第一个用在消费领域的彩色电脑系列。联想在市场实践中，成功地运用了色彩对消费者的影响，也为自己带来了更多的商机，创造出IT产品新的卖点。如今联想公司更是成立了色彩研究所，专门通过研究色彩，把握消费者占领市场。

在竞争日趋白热化的中国汽车市场中，吉利豪情色彩轿车率先提出“色彩营销”理念，毫无遮掩地将火红、翠绿与湛蓝展现出来，在汽车营销理念上占据了市场制高点。

另外，手机外壳，从欧洲经典的商务绅士色彩——灰、银、蓝等金属冷色调，到白、红、绿等韩日风潮，从诺基亚“换壳”机的风靡，到摩托罗拉跳舞手机E398的动感DISCO闪灯，色彩不断袭击人们的眼球，挑战人们的想象力；从单色机到三色机，从256色到今天的26万色，手机屏幕的显示效果直逼电脑显示器；从短信到彩信，从七色背景灯到分组来电闪，甚至连个性化的铃声也被命名为“彩铃”……人们的视野被色彩带入了一个全新的世界，人们的喜怒哀乐从此拥有了更丰富的手段和更个性的表达方式。在使用功能之外，手机也被赋予了个性、时尚、装饰等多种附加功能。

以前，色彩研究更多的是运用在纺织、服装等传统行业，但现在，越来越多的企业开始意识到色彩在增加产品附加值方面所发挥的巨大作用。

2005年中国夏日的天空，被世界两大饮料巨头给渲染成红、蓝两种色彩。一边是蓝色风暴瞬间引爆，一边是“要爽由自己”的红色宣言；一边是F4、古天乐、谢霆锋的蓝色拯救英雄行动，一边是S.H.E的为正义的红色之战。这个夏天，注定要在两乐的红蓝大战中度过。

只要稍微留心一下我们的周围，就会发现很多商店的门头或路牌广告，不是百事可乐的蓝色风暴，就是可口可乐的红色宣言。而且，几乎所有的冷饮店冰柜上也是被两乐的广告所占据。在我们的周围时时充斥着红蓝两种色彩，好像我们喝可乐只有红蓝两种选择一样。“可乐我要蓝色的。”这是百事路牌广告上的广告语。这种色彩识别定位被百事可乐与可口可乐公

司演绎得颇为好看。在可口可乐的广告中，红色元素的应用象征着可口可乐“要爽由自己”的价值诉求。百事明星们更是第一次以彩蓝色的造型染发出现在广告中，并且彻底从头蓝到脚，在百事的预告片中，蓝的运用发挥到了极致。崭新版本的百事广告特别邀请古天乐和F4担任主演，出镜明星以百事的主打蓝色从头武装到脚，连头发也采用蓝色，完美符合了“百事蓝色风暴”的全新广告语。

台湾超人气组合S.H.E加盟则是可口可乐“冰爆风城”篇广告的一个亮点。她们首次以CG人物的形象共同演绎了以魔兽世界为主题的电视广告，在这个广告片中，魔兽Boss身着蓝装与S.H.E的红装对决，在S.H.E打败兽人之后，她们拿出可口可乐来喝，因为她们是胜利者，广告画面红色的渲染给人以强大的视觉冲击力。

从“两乐”的红蓝广告大战中，我们看到了色彩在营销中应用。色彩营销将传统的灌输手法表现成无形却又非常有效的沟通，很自然地引起消费者的购买行为。研究表明，红色使人心理活跃，绿色可以缓解紧张，灰色使人消沉，淡蓝色使人凉爽……色彩的这些特点可以用来调节情绪，影响智力，改善沟通环境，从而使其在营销中有着广阔的应用前景。百事可乐的淡蓝色给人以凉爽，这在炎热的夏日，很容易引起人们的购买欲，你会情不自禁地来一瓶“突破渴望”。同样，可口可乐的红色使人活跃，充满青春活力，是否来一瓶爽一下，正如广告语中的“要爽由自己”。

色彩营销策略的实施步骤简要介绍如下。

1. 对商品形象进行设定

明确公司自身商品的消费对象和公司产品的战略地位，同时兼顾时代潮流、其他相关商品的用途、客户的嗜好等信息，为自己的商品设定恰当的形象。

2. 概括色彩形象概念

概括上面所提的一些基本形象概念，与此同时，仔细考虑色彩的组合、包装的色彩、商品本身的造型、材料和图案等，选定恰当而具体的颜色。

3. 展开销售计划

销售计划的实施必须要给顾客留下深刻的印象，销售计划的成功运作需要借助于商品本身、包装、宣传资料、说明书、商品陈列等色彩形象策略。

4. 建立信息管理系统

建立信息管理系统，就是要收集资料，掌握“什么东西最好卖”和“为什么好卖”两个基本点，检验色彩营销策略成功与否，同时建立商务信息资料系统，利用色彩营销积累的经验、资料，更有效地为色彩营销策略提供有效的支持。



你买的食用油是“1:1:1”吗？——概念营销

火锅是很多人都喜欢的美食，火锅店也开遍了大街小巷。可是“小肥羊火锅”却能异军突起，在这个传统行业中做成了巨无霸。这家公司是怎样做到的呢？原因很简单，当小肥羊把“不蘸小料的火锅”这个概念推出来之后，人们先是抱着试试看的好奇心理前去消费，尝过之后发现味道与众不同，这时“小肥羊”再及时推出“不蘸料更健康”的绿色环保概念，让人觉得这样的火锅代表了新的潮流，成为了它忠实的消费者。这就是概念营销的魅力。

概念营销作为一种创新的营销方式，即用有特色的概念产品与概念服务赢得市场。从本质上说，概念营销是一种整合营销策略，在顾客心目中树立起本产品区别于同类产品的突出利益点，促使顾客接纳此概念，进而产生购买的动机。

当一种产品面临竞争者的挑战时，企业可以用新概念营销来巩固并开辟市场。2003年，海尔空调有不俗表现，最主要的因素来自于产品的概念创新——氧吧空调。

养生堂在推出“农夫果园”饮料时，同样借助概念营销的策划手法，其拍摄的广告片非常简洁、清晰，“含有三种水果，喝前摇一摇”的广告词，配合父子夸张的动作，很快就让消费者记住了其产品概念，快速形成高知名度，“农夫果园”的销量也开始快速上升。

2002年，“金龙鱼”又一次跳跃龙门，获得了新的突破，关键在于其新的营销传播概念“1:1:1”。看似简单的“1:1:1”概念，配合“1:1:1最佳营养配方”的理性诉求，既形象地传达出金龙鱼由三种油调和而成的特点，又让消费者“误以为”只有“1:1:1”的金龙鱼才是最好的食用油。

在国内去屑洗发水市场已相当成熟，似乎无缝可钻时，西安杨森的“采乐”去屑特效药却通过成功的产品创意和别出心裁的营销渠道——“各大药店有售”，挖掘出一个新卖点，找到了一个极好的市场空白地带。这就使得“采乐”从产品创意到营销创意都近乎达到了完美。

概念营销是市场经济发展的必然结果，然而它并不是万能的。

概念营销是产品、科技发展及不完全信息博弈情况下的必然产物，也是实践证明卓有成效的营销方式之一。但是，概念营销其实没有那么玄妙，只是一个“产品的独特销售主张+整合营销传播策略”的实施，尽管概念在某一个时期会发生市场催化的作用，但是有可能很快就被另一个产品的概念所取代，而且，随着产品同质化严重，媒介的裂变，传播的概念越来越多，消费者就会被概念吵得头昏脑涨，而

变得无所适从。当然，概念有助于创造消费者认知，但是如果只是一个空心的概念，是一定会被消费者所唾弃的，最终走向衰亡。我们可以看到无数产品，都曾经在市场上不断地推出新概念，但在激烈的市场竞争中，未能存活下来。

市场中的领先企业在自己的市场类型中都拥有自己的概念词汇。比如IBM拥有Computer这个概念词汇。通常人们会说，我要买一个IBM机器。他不需要说，我要买一个IBM计算机，一般人们就认为，他需要的就是一台IBM计算机，而不是其他商品。这就是概念的力量。

我们还可以通过一个测验来证实焦点对市场的重要性。当我们说起Computer、Copier、ChocolateBar、Cola时，我们通常就把它们与IBM、Xerox、Hershey’s、Coke联系在一起。

最有效的词汇往往既简单又与商业利益相关。无论公司的产品多么复杂，无论市场的需求多么复杂，将自己的业务或市场集中于一个词汇往往要比定位在两个或更多词汇上有效得多。

当然，焦点往往会带来连锁效应。比如，Safer往往意味着更好的设计和工艺，Thicker往往意味着更好的质量和浓缩程度等。许多著名的、成功的公司往往能够将代表自己的焦点的词汇植根于人们的头脑中，比如，Crest代表着“龋齿”、Mercedes代表着“工艺”、BMW意味着“驾驶”、Volvo意味着“安全”，等等。

BMW的“驾驶”、Volvo的“安全”，这些都是从整个公司战略上考虑的。对于一个品牌，概念营销有没有用？答案是：作用可能更直接，也更明显。“脑白金”风靡了几年，现在仍然没有衰减的势头，“脑白金”这个关键的词汇起到了巨大的作用——这也仅仅是品牌的命名；如今，概念营销已经被运用得淋漓尽致，保健品市场上从当年的“补钙”、“补血”到后来的“排毒”、“洗肠”——这些都是概念的进一步深化，在功能上、消费主张上得到了进一步深入。

所以，无论是对一个企业的市场企业形象、一个产品的命名，还是对一个产品功能消费的主张，概念营销都无处不在。因此，它是我们营销策划工作必须要深入思考的问题。

后 记

每一本书的出版，都是许多人用辛勤付出换来的。本书从策划开始，就受到各方人士的关照与帮助，在编写时更是得到了不少老师和作者的鼎力支持。特此向参与本书编写的人员致以诚挚的谢意，他们是：

杜金霞、刘俊义、高涛、董芳、谢海峥、滕龙江、金源、马宏宇、王师、章艳芬、侯春奇、陈荣赋、于向勇、张宇浩、陈艳军、孙良珠、杨威、魏凤莲、孙豆豆、郭育彩、于超英、于娟、张巧利、刘文极、曹敏、赵雪红、戚浩、沈海霞、谷伟伟、袁钰、刘挥、张晓萍、李玉玲、林天翔、刘坚、王海山、王豹、孙恩棣、杨运成、张文娟、肖冉、邓明、罗宇、刘振中、杨文忠、卢志丹、郭海平、胡建军、吴力强、续金健、马树全、张廷伟、张廷职、张春蓉、孟凡祥、邹之蕴、范德胜、廖小微、于富荣、王秀清、李瀚洋、代学峰、房茂利、朱彤、王琳、刘惠芳、陈德中、曹晔晖、霍启军、郭晓雷、刘朝辉。

本书编写中借鉴和参阅了大量的文献作品，从中得到了不少启发和感悟。得益于前人的劳动成果，才使本书能够有如此之多的翔实案例和如此丰富的理论基础。在此向各位专家、学者以及资料的提供者表示最崇高的敬意。另外，凡被本书选用的材料，我们都将按出版法有关规定向原作者、译者支付稿酬，但因为有的作者、译者通信地址不详，尚未取得联系。恳请您见到本书后及时来电、来函，以便支取我们为您留备的稿酬。

编 者